



НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
"ОСТРОЗЬКА АКАДЕМІЯ"

# НАУКОВІ ЗАПИСКИ

Серія "Філологічна"

---

Випуск 29

Острого – 2012

УДК: 81. 161. 2+  
81. 111  
ББК: 81. 2 Укр. +  
81. 2 Англ.  
Н 34

*Рекомендовано до друку вченою радою  
Національного університету “Острозька академія”  
(протокол № 3 від 25 жовтня 2012 року).*

*Збірник затверджено постановою президії ВАК України  
від 22 квітня 2011 року № 1-05/4*

**Редакційна колегія:**

**Архангельська А. М.**, доктор філологічних наук, професор;  
**Білоус П. В.**, доктор філологічних наук, професор;  
**Вокальчук Г. М.**, доктор філологічних наук, доцент;  
**Пасічник І. Д.**, доктор психологічних наук, професор;  
**Поліщук Я. О.**, доктор філологічних наук, професор;  
**Тищенко О. В.**, доктор філологічних наук, професор;  
**Хом’як І. М.**, доктор педагогічних наук, професор, академік АН ВШ України;  
**Яворська Г. М.**, доктор філологічних наук, професор.

**Укладачі:**

**Ковальчук І. В.**, кандидат психологічних наук, доцент.  
**Коцюк Л. М.**, кандидат філологічних наук, доцент.  
**Новоселецька С. В.**, кандидат психологічних наук, доцент.

Н 34

Наукові записки. Серія “Філологічна”. – Острог: Видавництво Національного університету “Острозька академія”. – Вип. 29. – 2012. – 402 с.

У збірнику містяться статті, присвячені проблемам сучасного мовознавства та порівняльного літературознавства, а також методиці навчання іноземних мов. Збірник рекомендовано науковцям, викладачам, студентам-філологам і всім, хто цікавиться філологічною наукою.

*Адреса редколегії:*

*35800, Україна, Рівненська обл., м. Острог, вул. Семінарська, 2,  
Національний університет “Острозька академія”,  
факультет романо-германських мов*

© Видавництво Національного університету  
“Острозька академія”, 2012

**Bozhesku M. H.,**  
*Bukovyna State University of Finance and Economics, Chernivtsi city*

## LANGUAGE CHOICE DYNAMICS IN UKRAINE

*У статті розглядається динаміка мовної ситуації в Україні у 1994-2007 роках. Дані щорічних моніторингових національних досліджень дають підстави зробити висновок про те, що після проголошення незалежності баланс між виключно україномовним та виключно російськомовним населенням практично не змінився, натомість, двомовності значно поменшало. Проте, що стосується «внутрішньої» мови (якою люди думають), мови спілкування в громадських місцях та мови професійного спілкування, частка україномовної молоді скоротилася у порівнянні із середнім та старшим поколіннями, а частка російськомовної молоді зросла.*

**Ключові слова:** динаміка мовної ситуації, двомовність, внутрішня мова, багатомовність, вибір мови, мова професійного спілкування.

*В данной статье рассматривается динамика языковой ситуации в Украине в 1994-2007 годах. Данные ежегодных мониторинговых национальных исследований дают основания сделать выводы о том, что после провозглашения независимости баланс между исключительно украиноязычным и исключительно русскоязычным населением практически не изменился, в то же время двуязычие значительно сократилось. Что же касается «внутреннего» языка (на котором думают), языка общения в общественных местах и языка профессионального общения, доля украиноязычной молодежи сократилось в сравнение со средним и старшим поколениями, а доля русскоязычной молодежи выросла.*

**Ключевые слова:** динамика языковой ситуации, двуязычие, внутренний язык, многоязычие, выбор языка, язык профессионального общения.

*The present article focuses on the study of language choice dynamics in Ukraine over the period from 1994 to 2007. The data of the annual national monitoring surveys give use ground to conclude that after gaining independence, the balance between the population speaking only Ukrainian and only Russian practically did not change, whereas the share of bilinguals significantly decreased. As to the language of thinking, communication in public places and professional communication, the share of Ukrainian-speaking youth fell down compared to the middle and older generations, while the share of Russian-speaking youth grew up.*

**Key words:** language choice dynamics, bilingualism, language of thinking, multilingualism, language choice, language of professional communication.

The revealed peculiarities of the language choice shed light on the preferences of individuals belonging to different social, ethnic and age groups at a certain moment. But how do these preferences change over time? The present article will search for answers to these questions, in the context of the Ukrainian/Russian bilingualism in Ukraine, over the period from 1994 to 2007.

Describing the language choice in Ukraine in the 1990s, E. Holovaha and N. Panina emphasized that over the last years since Ukraine gained independence people started to speak Russian even more often, most frequently this was observed amongst those people who earlier used to speak both languages interchangeably depending on the communication situation [3]. This finding is somewhat surprising, particularly in the light of the Russian language losing its legal status after the disintegration of the Soviet Union. After gaining independence by Ukraine, one could expect the Russian language would lose its spread and popularity, or, at least, the share of people speaking both Russian and Ukrainian would significantly grow.

On the other hand, O. I. Vyshniak claims that «in spite of significant Ukrainization of secondary and higher education as well as mass media (since Ukraine gained independence), there were no serious changes in the balance between the Ukrainian and Russian languages in Ukraine» [1, p. 161].

M. S. Dnistrianskyi partly explains this reference, arguing that the present-day language situation in Ukraine formed many decades ago when Ukraine was part, first, of the Russian Empire, and, later, of the Soviet Union [4, p. 147].

In our study we will make use of the All-Ukrainian monitoring surveys of the language situation conducted in 1994-2007, as well as of generation and age-period-cohort methods of the research results analysis. The most large-scale monitoring project in Ukraine is the annual national monitoring survey with a sample of 1800 respondents, conducted by the Institute of Sociology of the National Academy of Sciences of Ukraine (NASU) since 1994. Till 2000, surveys were rather limited in terms of coverage and included the following categories: only Ukrainian, only Russian, both Ukrainian and Russian depending on the circumstances, and other language.

The analysis of the dynamics of the number of people speaking a language in the family over 1994-2007 [5] reveals that in the 1990s the language choice balance, practically, did not change. When the categorical scale was modified in 2000, it turned out that the number of bilinguals reduced significantly (from 27-34 % in the 1990s to 22-23% in 2005-2007), but the balance between Ukrainian and Russian speakers, in point of fact, remained the same.

While the overall balance of the languages spoken in the family stagnated, the regional differentiation of language practices over the research period grew up [5]. In Western Ukraine the number of people talking Ukrainian in the family increased by 7. 5%, in North-East – by 10. 2%, in Central Ukraine – by 4. 6%, in South-East – by 3. 6%, and in Donbas area – by 1. 3%. In other words, in mostly Ukrainian speaking regions the number of people speaking Ukrainian in the families somewhat increased; in mostly Russian speaking regions the number of people speaking Ukrainian in the families decreased insignificantly. At the same time, the number of people speaking Russian in Western Ukraine and in North-East reduced by 1-2%, while in Donbas area and in South-East it grew by 5. 2% and 4. 5%, respectively.

The drawback of the monitoring surveys over 10-15 years is that they neither provide answers to the question of the language choice over a longer period of time (including several decades in the history of the Ukrainian SSR) on the one hand, nor reveal the dynamics of the language choice be it in the family or in the public sphere, on the other hand.

The generation method provides a more detailed analysis of the language choice dynamics. The All-Ukrainian May 2007 survey results analysis of the language choice, considering the present-day generations, reveal, that compared to their parents, the number of people speaking only Ukrainian in their families decreased by 5. 2%, and the number of people speaking mostly Ukrainian in their families decreased by 4. 9%. At the same time, across generations, there can be observed that the number of people speaking a mixed Ukrainian-Russian language increased by 2. 4%, the number of those speaking only Russian – by 1. 5%, and the number of those speaking mostly Russian by 4. 6% [2, p. 57].

Considering language changes from the previous to the present-day generations in the regional dimension [2, p. 56], it is easy to observe that the number of families speaking only Ukrainian has mostly reduced in the South and South East (by 7%), in Central Ukraine and in North-East (by 6. 2%), but not in the extreme, from the language choice point of view, regions (Western Ukraine, on the one hand, and Donbas area and the Crimea, on the other hand). These regions also registered the highest growth of the number of people speaking mostly Russian (by 6. 2% in the South and South East), in Central Ukraine and North East (by 5. 3%). The number of people speaking only Russian compared with their parents generation grew only in Donbas area and in the Crimea (by 3. 4%).

However, the generation method does not give a straightforward answer to the question when the language choice shift from one generation to another took place. This shift could presumably take place either 50 years ago when the present-day 70 year old people were leaving their parents families, or 30 years ago when the present-day 50 year old people were entering their adulthood, or during the last 15 years in independent Ukraine. That is the why the combination of generation method with the age-period-cohort analysis acquires special significance. It suggests that the share of families speaking only Ukrainian in the family reduced both in the older (over 55 years old), in the middle (30-54 years old), and in the younger (18-29 years old) generations, but the pace of this decrease was the highest in the older generation, i. e. by 8. 6%, while in the middle generation it was by 4. 3%, and in the young generation it was 2. 2%. Conversely, the growth rate of mostly Russian speaking families reached its peak in the middle generation (7. 1%), compared to the young generation (3. 2%) and the older generation (2. 0%).

Thus, it can be asserted that the tendency of the present-day Ukrainian speaking families compared to the previous two generations (formed in the Soviet Union) to reduce in share persevered though it has slowed down, while the share of Russian speaking families continues to grow at a lower rate (compare: in the middle generation, only or mostly Ukrainian was spoken by 37. 4% of people, whereas now – 35. 9%, a mixed Russian/Ukrainian language – 18. 5% and 19. 3% correspondingly, while only or mostly Russian – 43. 5% and 45. 4% correspondingly).

As to the language people think in their everyday life, the share of young people (18-29 years old) who think in Ukrainian reduced by 8. 4% compared to middle generation (30-54 years old), whereas the share of young people who think only or mostly in Russian increased by 4. 9% [2, p. 59].

In the area of public sphere communication the share of young people speaking only Ukrainian decreased by 5. 8% compared to the middle generation, while the share of young people speaking only or mostly Russian increased by 7. 5% compared to the middle generation. It should be noted that the rate of these processes insignificantly slowed down compared to the previous period [2, p. 57].

In the sphere of professional communication (in the office, in one's studies, etc.) the share of young people who speak only Ukrainian reduced by 7. 5% compared to the middle generation, while the share of those speaking mostly Ukrainian increased by 3. 0%, the share of people speaking mixed Russian/Ukrainian increased by 1. 2%, and the share of mostly or only Russian speakers increased by 2. 3%.

In this way, the results of the monitoring analysis allow us to conclude that in spite of all the efforts made to increase the spread of the Ukrainian language in Ukraine after gaining independence, the balance between Ukrainian and Russian speakers has not changed, instead the number of bilinguals has significantly decreased triggering a sharper differentiation between Ukrainian and Russian speakers.

A combination of the generation method with the age-period-cohort analysis helps us to conclude, that referring to the language of thinking, public sphere and professional communication in present-day Ukraine, the share of young Ukrainian speakers decreased compared to the middle and older generations, while the share of young Russian speakers increased. In fact, currently, in Ukraine, the share of young people (aged 18-29) who think only in Russian exceed the share of young people who think only in Ukrainian by 18%. The number of young people speaking only Russian in public sphere exceeds the number of young people who speak only Ukrainian by 17. 6%. In their professional communication young Russian speakers exceed the Ukrainian youngsters by 13. 6%. In terms of possible further research, a promising direction could be the study of efficiency and effects of language policies conducted in Ukraine over the last decades.

#### Literature:

- 1 Вишняк О. І. Соціокультурна динаміка політичних регіонів України. Соціологічний моніторинг: 1994-2006. – К. : Інститут соціології НАН України, 2006. – 202 с.
2. Вишняк О. І. Мовна ситуація та статус мов в Україні: динаміка проблеми, перспективи (соціологічний аналіз). – К. : Інститут соціології НАН України, 2009. – 176 с.
3. Головаха Є. І., Паніна Н. В. Зміни мовної ситуації в Україні // Українське суспільство: моніторинг – 2000. – 287 с.
4. Дністрянський М. С. Етнополітична географія України: проблеми теорії, методології, практики. – Львів : Видавничий Центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2006. – 490 с.
5. Українське суспільство 1992-2006. Соціологічний моніторинг / За ред. В. Ворони, М. Шульги. – К. : Інститут соціології НАН України, 2007. – 578 с.

**Бридко Т. В.,**

*Таврический национальный университет имени В. И. Вернадского, г. Симферополь*

## СОЦИОФОНЕТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ СОНОРНОГО СОГЛАСНОГО [L] В НЕМЕЦКОЙ РЕЧИ РУССКОЯЗЫЧНЫХ ЖИТЕЛЕЙ ГЕРМАНИИ

*Стаття присвячена вивченню соціофонетичних особливостей вимови сонорного приголосного [l], що є характерними для німецького мовлення російськомовних переселенців з колишнього СРСР. У статті виділено диференційні ознаки фонем [l], що потенційно реалізуються в німецькому мовленні інформантів. Описано трансфераційні зміни, що є наслідком взаємовпливу двох акустико-артикуляційних систем. Встановлено гендерні та вікові особливості німецької вимови сонорного приголосного [l].*

**Ключові слова:** фонетична інтерференція, комунікативна ситуація, соціофонетична змінна, гендер, анолект.

*Статья посвящена изучению социофонетических особенностей произношения сонорного согласного [l], характерных для немецкой речи русскоязычных переселенцев из бывшего СССР. В статье выделены дифференциальные признаки фонемы [l], потенциально реализуемые в немецкой речи русскоязычных переселенцев. Выявлены и описаны трансферационные изменения, являющиеся следствием взаимовлияния двух акустико-артикуляционных систем. Установлены гендерные и возрастные особенности немецкого произношения сонорного согласного [l].*

**Ключевые слова:** фонетическая интерференция, коммуникативная ситуация, социофонетическая переменная, гендер, аннолект.

*The article is devoted to a study of realization of non-standard pronunciation forms of the resonant consonant [l] in the German speech of the Russian speaking migrants who live in Germany. The study of the realization of the segmental level elements in the German pronunciation of the Russian speaking migrants living in Germany allows determining the correlation between the realization of the socio-phonetic variables and such extra-linguistic factors as the communicative situation, age and gender of a speaker.*

**Key words:** phonetic interference, communicative situation, socio-phonetic variable, gender, annolect.

Прошедшее пятидесятилетие продемонстрировало повсеместное увеличение межкультурного, межнационального и межъязыкового общения, причинами которого являются не только череда коммуникационных революций и технологический прогресс, но и политико-экономические явления: военные конфликты, увеличение уровня безработицы и, как следствие, миграция населения в более благоприятные регионы и страны. Чаще всего в качестве места для дальнейшего проживания выбираются страны Европы или США. Переезжая, мигранты редко учитывают проблемы, с которыми им предстоит столкнуться в дальнейшем, в частности, с интеграцией в новое общество и с трудностями освоения иностранного языка. Хотя именно от последнего фактора зависит не только уровень адаптации мигрантов в обществе, но и их дальнейший успех.

Интенсивное исследование вариативности языка в ситуации взаимодействия нескольких языков обусловлено стремлением лингвистов выявить и объяснить последствия интерференционных изменений при общении на неродном языке. Данной социолингвистической проблемой на протяжении нескольких десятилетий занимались как отечественные, так и зарубежные ученые (О. Р. Валігура, Ю. М. Захарова, О. Д. Петренко, Н. Frank, A. Goldbach, F. Grosjean, J. Hammers, E. Naugen, K. Meng, C. Myers-Scotton, S. Nero, V. Ooi, B. Pabst, A. Reynolds, W. Weinreich). По результатам проведенных исследований был опубликован целый ряд работ [1-6]. Представленная статья выполнена в этом же русле и является частью комплексного исследования немецкой речи русскоязычных переселенцев, проживающих на территории современной ФРГ.

Актуальность статьи обусловлена, с одной стороны, увеличением количества социофонетических работ, направленных на раскрытие зависимости особенностей реализации фонем от многочисленных экстралингвистических факторов: пола, возраста, социального статуса информантов и ситуации общения. С другой стороны, в украинской лингвистике существует немного работ, не только анализирующих социофонетические особенности речи мигрантов, но и учитывающих влияние их первичного языка на вторичный.

Целью статьи является выявление и анализ особенностей реализации сонорного согласного [l] в немецкой речи русскоязычных жителей Германии. Для достижения поставленной цели был использован целый комплекс методов и приемов, в частности: метод стандартного интервью, аудитивный и аудиторский анализ, приём лингвистической интерпретации данных, сопоставительный анализ, анализ количественных значений и статистический метод.

В качестве материала для фонетического исследования послужили сегментные единицы фонетического уровня немецкого языка, полученные в ходе интервью в трех ситуациях общения с интервалом в шесть месяцев. Целевая группа состояла из 27 информантов (12 мужчин и 15 женщин) разного возраста (от 15 до 57 лет), проживающих в одном регионе, родным языком которых был русский язык.

Проведенный анализ позволил достаточно четко установить основные тенденции в произношении сонорного согласного [l] в немецкой речи информантов. Исследуемая фонологическая переменная реализовывалась в речи русскоязычных мигрантов следующим образом:

как сонорный согласный [l] в соответствии с кодифицированной нормой произношения, указанной в словаре DUDEN за 2005 год. Данная реализация была зафиксирована преимущественно в тех случаях, когда этот согласный находился в позиции после другого согласного или между двумя гласными, за исключением гласных [a], [y], [o], [œ], [ø]. Такой вариант реализации фонологической переменной [l] встречался преимущественно

в речи респондентов младшей возрастной группы чаще всего в ситуации неофициального общения: Familie [fa'mi:lie], klein [klaen], Lied [lid], bleiben ['blaeben], wald [vald], entlang [Ent'lang]/[Ent'lank];

как палатализованный переднеязычный [lʲ] русского языка, особенно в позиции перед гласными [a], [y], [o], [œ], [ø]: lange [lʲange], klein [k'lʲaen], Klasse [k'lʲa:se], glauben [g'lʲa-uben], laufen [lʲa-ufn], Schule ['ʃy:lə], Fluss [flʲys], lösen [lʲozen]. Данный вариант фонологической переменной [lʲ] составлял большую часть из всех зафиксированных реализаций. Чаще всего такая фонетическая интерференция наблюдалась в произношении информантов-женщин средней и старшей возрастных групп (группы 2 и 3) в ситуации официального общения и при описании истории, состоящей из серии рисунков (Bildgeschichte), не зависимо от ситуации общения. Очевидно, для этой группы информантов звукосочетание [ly], [lo], [la], [lœ], [lø] немецкого языка напоминало подобные словосочетания русского (первичного) языка. Таким образом, информанты заменяли фонемы вторичного языка известными фонемами родного языка. Необходимо отметить, что в ходе исследования наибольшее количество фонетических изменений было выявлено именно в немецком произношении старших возрастных групп, чьи моторные навыки артикуляции первичного (русского) языка уже закрепились в памяти;

как твердый непалатализованный переднеязычный сонорный [l] русского языка, который наблюдался преимущественно в произношении информантов-мужчин средней и старших возрастных групп (группы 2 и 3) не зависимо от ситуации общения. Данный вариант реализации фонологической переменной [l] встречался в начале слова, в середине слова после гласного и в конце слова (как после гласного, так и после согласного): lange [lange], manchmal ['manxmal], Land [la:nt], Deutschland ['dojtʃla:nt], schlecht [ʃlecht], wollte ['vo:lte], Leute ['lɔ:lte], Bildung ['bidu:ng], Einladung [am'ladu:ng].

Процент средних показателей реализации стандартных вариантов сонорного согласного [l] в произношении русскоязычных мигрантов, проживающих в Германии, представлен на графике (рис. 1) в возрастном аспекте в трёх ситуациях общения. На горизонтальной линии графика (рис. 1) цифрами обозначено: 1 – интервью в ситуации официального общения, записанное в конце языкового курса по немецкому языку; 2 – интервью в ситуации менее официального общения, проведенное на нейтральной территории через полгода после окончания языкового курса; 3 – интервью в ситуации неофициального общения, записанное в квартире информантов через год после окончания языковых курсов.

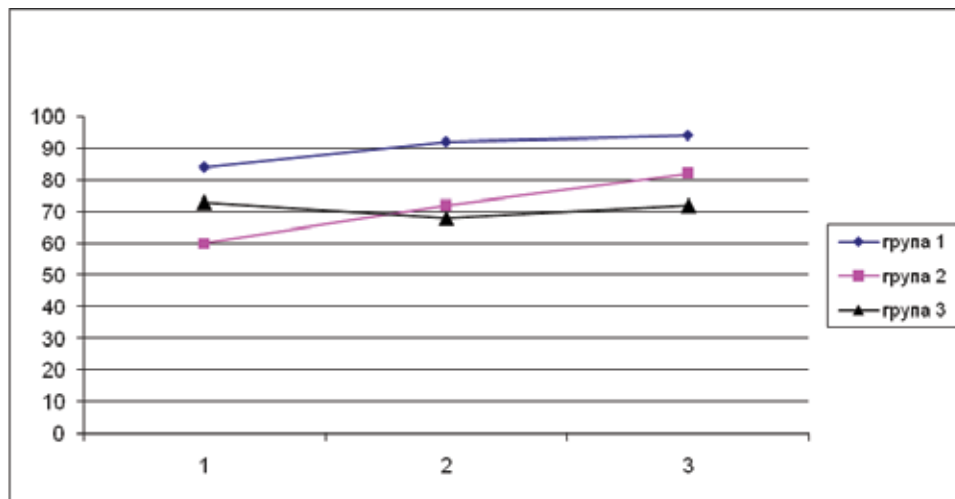


Рис. 1. Изменение фонемы [l] в зависимости от возраста информантов

На вертикальной линии графика (рис. 1) обозначена средняя величина корректных реализаций изучаемой переменной в процентах (от 0% до 100%) для каждой ситуации общения (интервью 1, 2 и 3). Линии демонстрируют изменение количества корректных реализаций фонологической переменной [l] в зависимости от ситуации общения и возраста информантов.

Представленный график показывает (рис. 1), что младшая и средняя возрастные группы (группы 1 и 2) имеют общую тенденцию увеличения количества стандартных вариантов произношения сонорного согласного [l] в своей речи. Кроме того, из анализа полученных записей видно, что информанты младшей группы достигают самого стойкого прогресса в овладении немецкой фонетикой. Средний процент стандартных реализаций в этой группе составил 94%, то есть, согласно данным исследования, 60% представителей этой возрастной группы в третьем интервью использовали только корректные варианты произношения фонологической переменной [l]. Во второй возрастной группе этот показатель ниже: 82% стандартных реализаций у всей группы и 100% стандартных реализаций у половины представителей этой возрастной категории. В старшей возрастной группе количество корректных вариантов реализаций фонологической переменной [l] в третьем интервью не превышает 72% и только 20% информантов этой группы в последнем интервью использовали 100% стандартных вариантов фонемы [l].

На следующей диаграмме (рис. 2) представлен процент средних показателей реализации стандартных вариантов фонологической переменной [l] в произношении русскоязычных мигрантов Германии в гендерном аспекте в трёх ситуациях общения:

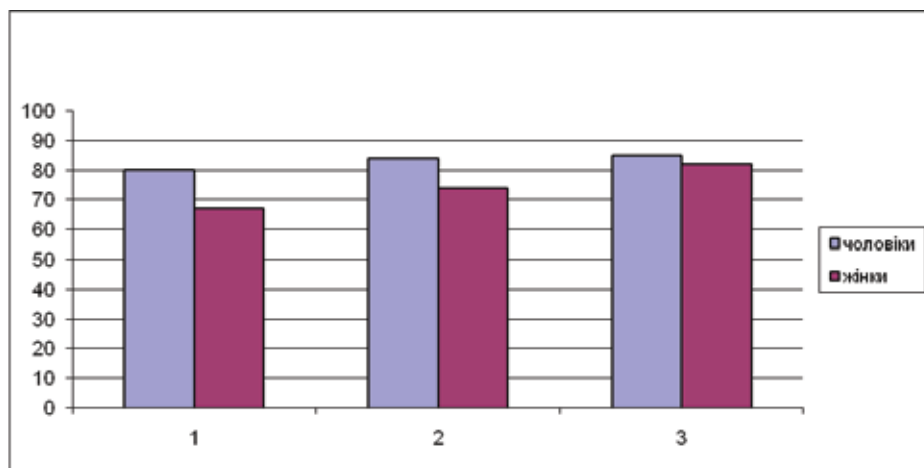


Рис. 2. Изменения фонемы [ɪ] в гендерном аспекте

Из вышеприведенной диаграммы (рис. 3. 42) видно, что информанты-мужчины используют в своем произношении больше стандартных вариантов реализации фонологической переменной [ɪ], чем информанты-женщины. Очевидно, это связано с влиянием многочисленных экстралингвистических факторов: мужчины больше общаются, поскольку согласно данным проведенного анкетирования, именно они в первую очередь стараются переквалифицироваться или получить второе образование и получить работу. Большинство женщин, по разным причинам, предпочитает проводить время с семьей, своими родственниками и русскоговорящими друзьями.

Общие результаты проведенного исследования можно суммировать следующим образом:

1. Смена реализации сонорного согласного [ɪ] в речи русскоязычных мигрантов наблюдалась во всех ситуациях общения.

2. Вариативность реализации сонорного согласного [ɪ] в немецком языке информантов обусловлена наличием фонетической интерференции, которая возникла как следствие взаимодействия русского (первичного) языка и немецкого (вторичного) языка и проявляется в качестве иностранного акцента при общении на немецком языке.

3. При реализации сонорного согласного [ɪ] достаточно четко проявляется гендерная вариативность в немецком произношении информантов: женщины смягчают сонорный согласный [ɪ], мужчины произносят его твёрдо.

4. Изучение особенностей произношения в возрастном аспекте показало две основные тенденции: речь информантов старшей возрастной группы характеризуется наличием большего процента фонетической интерференции; большинство информантов младшей группы использовали стандартные варианты реализации сонорного согласного [ɪ].

5. Анализ речевого поведения всех групп информантов на фонетическом уровне позволяет сделать вывод о том, что со временем немецкий язык информантов изменяется и приближается к стандартной норме, указанной в словаре немецкого произношения DUDEN.

Результаты проведенного исследования выявили большие перспективы для дальнейшего изучения речи мигрантов не только в Германии, но и в других странах. Кроме того, последующие студии немецкой речи русскоязычных мигрантов позволят сформировать более полное представление о процессах, происходящих при языковых контактах.

#### Литература:

1. Брідко Т. В. Соціолінгвістичні особливості німецької вимови переселенців з колишнього СРСР: дис. ... канд. філол. наук 10.02.04 / Тетяна Володимирівна Брідко. – Донецьк, 2011. – 258 с.

2. Валігура О. Р. Лінгвокогнітивні і комунікативні основи фонетичної інтерференції (експериментально-фонетичне дослідження англійського мовлення українців): дис. ... доктора філол. наук : 10.02.04, 10.02.15 / Ольга Романівна Валігура. – К., 2010. – 484 с.

3. Захарова Ю. М. Просодична інтерференція в англійському дискурсі (експериментально-фонетичне дослідження мовлення арабсько-англійських білінгвів): дис. ... канд. філол. наук 10.02.04 / Юлія Миколаївна Захарова. – К., 2005. – 270 с.

4. Исаев М. К. Фонетическая интерференция при казахско-английском искусственном двуязычии / Исаев М. К. – Алма-Ата : КазГУ, 1986. – 121 с.

5. Любимова Н. А. Фонетическая интерференция и общение на неродном языке (экспериментальное исследование на материале финско-русского двуязычия): дисс. ... д-ра фил. наук : 10.02.19 / Любимова Нина Александровна. – Л., 1991. – 375 с.

6. Менг К. Языковая интеграция российских немцев в Германии : варианты самообозначения / К. Менг, Е. Ю. Протасова // Известия Академии Наук. Серия литературы и языка. – 2002 а. – № 6. – С. 29–49.

**Корольова В. В.,**

Дніпропетровський національний університет ім. О. Гончара, м. Дніпропетровськ

## ПРЕЦЕДЕНТНІ ФЕНОМЕНИ В МОВІ СУЧАСНОЇ ПОЕЗІЇ

*Стаття присвячена дослідженню прецедентних феноменів у мові сучасної української поезії. Розглянуто види прецедентних феноменів й особливості їхньої джерельної бази.*

**Ключові слова:** поезія, прецедентний феномен, когнітивна база, прецедентне ім'я.

*Статья посвящена исследованию прецедентных феноменов в языке современной украинской поэзии. Рассмотрены виды прецедентных феноменов и особенности их источников.*

**Ключевые слова:** поэзия, прецедентный феномен, когнитивная база, прецедентное имя.

*The article is devoted to the research of precedent phenomena in modern Ukrainian poetic language. Types of precedent phenomena and their source base peculiarities have been examined*

**Key words:** poetry, precedent phenomenon, cognitive base, precedent name.

Сучасна українська мова як елемент національної ідеї зберігає духовні, історико-культурні надбання й цінності попередніх віків життя українського народу, примножуючи їх через контакти з іншими народами, виконує роль механізму соціальної спадковості. Осмислення мови як національно-культурного феномена, що відтворює менталітет народу, зберігає його глибокі національні традиції, є основним принципом сучасної лінгвістичної науки.

Самоідентифікацію людини як представника певного етносу та носія відповідної культури уможливило культурно-мовна компетенція, що відображає здатність носія певної етнічної культури й мови впізнавати в мовних одиницях і мовленнєвих продуктах культурно значимі настанови й норми, ціннісні орієнтири, культурні коди й можливість їхньої переорієнтації. Важливими складниками культурно-мовної компетенції є прецедентні феномени (далі – ПФ), позначення та зміст яких добре відомі представникам певної етнокультурної спільноти. Спроби дослідження ПФ знаходимо в працях Д. Б. Гудкова [2], І. В. Захаренка [3], Ю. М. Караулова [4], В. В. Красних [5] та ін. Вживання ПФ у мові сучасної української поезії залишається поза увагою мовознавців, що й зумовлює актуальність наукових розвідок з обраної теми.

Метою нашої статті є аналіз функціонування ПФ у мові сучасної поезії. Поставлена мета передбачає розв'язання таких завдань: виявити ПФ, що використовуються в сучасній поезії; розглянути й схарактеризувати різні види ПФ у поетичних текстах; визначити їхню джерельну базу. Матеріалом дослідження стали збірки сучасної української поезії: «Дві тонни: антологія поезії двотисячників» [1], «Літпошта» [6], «ЛяляК (Львівська літературна криївка)» [7], «Метаморфози. 10 українських поетів останніх 10 років» [8].

Дотримуючись поглядів О. О. Селіванової, ми розглядаємо ПФ як компоненти знань, позначення та зміст яких добре відомі представникам певної етнокультурної спільноти, актуальні і використовувані в когнітивному та комунікативному аспектах [11, с. 492–493]. Феномен прецедентності базується на спільності соціальних, культурних або мовних – фонових знань адресата й адресанта. Серед основних ознак прецедентності виявляють такі: ПФ добре відомі всім представникам лінгвокультурної спільноти; ПФ актуальні в когнітивному (пізнавальному й емоційному) плані (за ПФ завжди стоїть певне уявлення про них, загальне і обов'язкове для всіх носіїв того чи іншого національно-культурного менталітету); апеляція до ПФ постійно поновлюється в мовленні представників того чи іншого етносу. Це те спільне, що об'єднує ПФ, які можуть бути як вербальними, так і невербальними (твори живопису, архітектури, музичні твори тощо). Серед вербальних ПФ розрізняють прецедентне ім'я, прецедентний текст, прецедентне висловлення й прецедентну ситуацію [5, с. 47–48].

Основним типом ПФ виступає прецедентний текст. Цей термін вперше в науковий обіг увів мовознавець Ю. М. Караулов, визначивши його як «текст, основними ознаками якого є особлива значущість для окремих особистостей і для значної кількості осіб, а також багаторазове звернення до нього в дискурсі цих особистостей» [4, с. 216].

Прецедентний текст – це відомий твір, актуалізований в інших текстах, повернення до якого кероване лінгвокогнітивними механізмами інтертекстуальності. Джерелами прецедентних текстів є фольклорні твори, художня література, пісенні тексти, Святе Письмо, рекламні й політичні тексти, анекдоти тощо. Особливістю прецедентних текстів є те, що жоден попередній текст не наводиться в новому повністю. Його активізацію виражають прецедентними іменами, висловленнями, ситуаціями, які асоціюються з прецедентним текстом. Отже, розглянемо вербальні ПФ, що зустрічаються в досліджуваних поетичних творах й актуалізують прецедентні тексти різної джерельної бази.

Прецедентна ситуація – це «еталонна», «ідеальна» ситуація, пов'язана з набором конотацій, диференційні ознаки якої входять до когнітивної бази певної лінгвокультурної спільноти [9, с. 34]. Класичним прикладом прецедентної ситуації є зрада Іудюю Христа, що сприймається як «еталон» подібної дії взагалі. Диференційні ознаки зазначеної прецедентної ситуації стають універсальними, а її атрибути (30 срібних, поцілунок Іуди) виступають прецедентними символами, що активно використовуються в досліджуваних текстах, напр.: «... коли ж усі вивернули кишені на столі 33 срібних лишилося» [1, с. 165]; «вони надто підходять за віком аби їх продати у рабство за кілька срібних» [6, с. 170]. Актуальною прецедентною ситуацією, до якої апелюють сучасні поети, є терористичний акт 11 вересня 2001 року в США, прецедентними символами якого стали два нью-йоркські хмарочоси й сама дата трагічної події, напр.: «за вікном усе запилується шойнозруйнованою мов підірваний хмародер світобудовою» [1, с. 105]; «Бабах. Дві високосні вежі Так і не знайшли своєї вершини» [7, с. 37]; «Він не пробачить 11 вересня, не виведе свої війська» [7, с. 248]. Ще одним прецедентним символом виступає 13 ребро, що активізує



біблійну прецедентну ситуацію щодо створення жінки з ребра чоловіка, напр.: «*13-те ребро* у твоєму тілі Я тобі не коле?» [1, с. 166]; «Я ще вірю в твої ремесла, Та *ребро* не моя основа» [1, с. 80].

Активністю вживання в аналізованому матеріалі позначені прецедентні імена, під якими розуміють власні імена, пов'язані або 1) з широко відомим текстом, що відноситься до прецедентних, або 2) з ситуацією, що відома носіям мови й виступає як прецедентна. Прецедентними іменами можуть бути індивідуальні імена відомих людей, персонажі творів, артефактів.

Значну групу серед ПФ у досліджуваних поетичних творах складають прецедентні антропоніми реальних осіб, серед яких виокремлюємо найменування, що 1) пов'язані з мистецтвом (*С. Ботічеллі, С. Далі, Ф. Кало, Й. С. Бах, А. Дункан*), напр.: «Мое життя змальоване з картини *Ботічеллі*» [1, с. 83]; 2) пов'язані з науковою діяльністю (*Б. Спіноза, Г. Сковорода, К. Лінней, Платон*), напр.: «впродовж всіх реінкарнацій... сидить на плечі *Горацій*» [6, с. 175]; 3) є відомими акторами (*А. Шварценегер, М. Дітріх, А. Джолі, Дж. Денп*), напр.: «...щоб кожен чоловік вже опівдні знав, якого кольору білизну одягнула зранку *Анджеліна Джолі*» [7, с. 139]; 4) є відомими політичними діячами (*Ф. Кастро, Че Гевара, В. Ленін, А. Гітлер, К. Маркс*), напр.: «такі як *Че* гинуть героями а такі як *Фідель* правлять країною» [6, с. 83].

Іноді прецедентний антропонім є недостатнім у своїй вербальній формі для презентації прецедентної когнітивної структури та ситуації [11, с. 134]. Наприклад, прецедентне ім'я *Шевченко* потребує контекстуального розширення, оскільки може бути не зрозумілим для реципієнта без репрезентації концептуальної структури, що відсилає до сукупності реальних ситуацій, які уточнюють походження прецедентного оніма. Наприклад: «Я повторюватиму як мантру як заклинання *шевченко забиває за мілан*» [8, с. 16] – розширений контекст вказує читачеві на апеляцію до постаті відомого футболіста Андрія Шевченка.

Основним джерелом походження прецедентних імен виступає художня література. Серед авторів, із творів яких імена персонажів стають прецедентними, варто зазначити В. Гюго (*Есмеральда, Квазімодо*), Й. Гете (*Фауст, Мефістофель*), В. Набокова (*Лоліта, Гумберт*), В. Шекспіра (*Ромео, Джульєтта, Офелія*), напр.: «...поверхом вище сусіді щоночі до нужника гунав *гумберт гумберт гумберт*» [6, с. 187]; «*Мефістофеля* гострі вуста позначають поріз, Просто з жил витікає на постіль судомливий вітер...» [7, с. 25]. Іншою групою прецедентних імен є фантастичні оніми з казок і міфів. Серед джерел прецедентних казкових імен розрізняємо слов'янські (*Телесик, Цар Горох*) та зарубіжні казки (*Попелюшка, Червона Шапочка, П'єро, Кай, Герда*), напр.: «пришию клямку до неба і буду на мить *Телесиком*» [6, с. 143]; «Маленький сивий *Кай* зникає, а натомість – Буянна ручаїв і первоцвітів синь» [1, с. 226]. До складу міфологічних прецедентних імен належать оніми на позначення антропоморфних істот язичництва (*Дажбог, Лель, Ярило, Перун, Лада, Стрибог*) та героїв античної міфології (*Прометей, Сізіф, Ікар, Пенелопа*), напр.: «Ти ж не камінь лишив двійникові своєму, *Сізіфу?*» [8, с. 53]; «Сьогодні ми знову *Дажбогові* діти, Нам щастя – вмирати, горіти, дуріти» [6, с. 74].

Не менш регулярними виступають християнські прецедентні імена, серед яких розрізняємо теоніми (*Бог, Ісус Христос, Божий Син*), агоніми (*Пречиста, Свяятий Миколай, Мадонна, Діва Марія*), біблійні антропоніми (*Ной, Мойсей, Адам, Єва, Кайн, Авель, Іуда*), напр.: «А зверху вже хмар розпинають покров, Аби *Божий Син* міг пройти понад містом І ноги антенами не поколов» [1, с. 26]; «...усі дороги веде *Пречиста* і у цьому – найвищий зміст» [6, с. 126]; «В *Ноя*, в його ковчехах, – бездонні квіти, Ними високе небо у горах повне» [8, с. 70].

Важливим джерелом прецедентних імен на сьогодні стає кінематографія, включаючи мультиплікацію. Ця група ПФ постійно поповнюється і є досить популярною. Цьому сприяють актуальність проблем, які відтворюються в кінофільмах, професіоналізм режисера й талановита гра акторів. Серед цієї групи виділяємо: імена героїв кінофільмів (*Спайдермен, Джеймс Бонд, Фреді Крюгер, Франкенштейн*), імена героїв телесеріалів (*Скалі, Малдер, Лора Палмер*), імена мультиплікаційних героїв (*Вінні Пух, П'ятачок, Сімсон*), напр.: «тож розгойдайся аж до дзвону в вухах *спайдермен*» [8, с. 223]; «...привчає до віри, що із будь-яких скрут врятують спеціальні агенти *Малдер* і *Скалі*» [7, с. 136]; «це вже було в *сімсонах*» [7, с. 244]. Рідше в аналізованих текстах у ролі прецедентних імен використовуються географічні назви (топоніми – *Атлантида, Вавилон, Чорнобиль*) і найменування об'єктів духовної культури (ідеоніми – *Мона Ліза, «9 вал», Анна Кареніна*), напр.: «...про перші морози, про другий *чорнобиль*, про третє пришестя війни...» [6, с. 190]; «Антарктида була *Атлантидою*. Там цвів бузок і рози» [1, с. 219]; «У такому багатті – на *дев'ятому*, остаточному вже *валу* – Догоорають проводирі основних фрегатів» [7, с. 105].

Прецедентне висловлення – репродукований продукт мовномисленнєвої діяльності; що становить завершену й самодостатню одиницю, яка може бути або не бути предикативною; складний знак, сума значень якого не дорівнює його смислу: останній завжди «ширше» простої суми значень [5, с. 47–48]. Прецедентний текст і ситуація зберігаються в когнітивній базі у вигляді інваріантів сприйняття й можуть бути при потребі вербалізовані. До числа прецедентних висловлень належать цитати з текстів різного характеру та прислів'я.

У досліджуваному матеріалі використовуються рядки з відомих пісень, що подаються як нетрансформовані цитати з використанням латинської графіки, напр.: «Yesterday» – переступила поріг, за яким нема дна, куди лечу... Куди лечу? *All my trouble...all my... all*» [7, с. 19]; «*let's fall in love* незважаючи на цю мряку і паскудство давай закохась» [1, с. 257]; «тихенько пописував якусь музику *story of my life*» [7, с. 73] – цитати з пісень групи «Бітлз», Френка Сінатри й Бон Джові відповідно. Також спостерігаємо вживання прецедентних цитат іншомовних пісень, що передаються за допомогою транслітерації (напр.: «*велкам ту зе хотел калифорнія* віскі рікою туга океаном» [6, с. 35] – рядки з пісні «Hotel Kalifornia» групи «Іглз»), або перекладу (напр.: «Подавати про себе звісточки телефонні, як платівка на старенькому патефоні: *Все чудово, чудово*» [7, с. 101] – цитата з пісні «Все хорошо, прекрасная маркиза» Л. Утьосова).

Аналізований матеріал засвідчує поодинокі вживання цитат із кінофільмів (напр.: «на полях поем педагогічних і досі *мертві з косами стоять*» [8, с. 126] – фраза з кінофільму «Невлівими месники» Е. Кеосаяна), а також

цитовання відомих людей (напр.: «*політ нормальний* мамо сьогодні була злива так часто – зранку осінь а ввечері зима» [1, с. 121] – висловлення Ю. Гагаріна «П'ять хвилин – політ нормальний»).

Прецедентні висловлення, джерелами яких є прислів'я, відображають етнокультурну специфіку концептів когнітивної бази, напр.: «люди плывуть на роботу; вони оточують тебе течією, а ж раптом спотикаються: ти *камінь лежачий*» [6, с. 98]; «у тебе вірили палко за тебе рясно пітніли а ти *зірок не хапала* а ти хапала під ними» [6, с. 187]; «а *бити гуртом батьку* – це помилка» [7, с. 116]. Апеляція до рекламних текстів є менш популярною в досліджуваному матеріалі, напр.: «...*цей унітаз виглядає чистим...*» – дебільний голос реклами» [6, с. 21]; «А мені гидко. І боляче. *Solpadeine – подвійна дія проти болю*» [7, с. 118]. Також до прецедентних висловлень можна зарахувати загальнозживані тексти вивісок та інформаційних повідомлень, напр.: «Саме коли підходить ваша черга повідомляє, що «*Вибачте, автомат тимчасово не працює*» [7, с. 113]; «Будьте уважні! Не забувайте любов у вагонах!... І найважливіше: *Не стійте на краю платформи!*» [7, с. 216].

Отже, аналіз поетичних текстів сучасних авторів доводить активне й регулярне вживання ПФ як важливої частини національної мовної картини світу, що визначає систему цінностей етносу. Перспектива подальшого дослідження полягає в з'ясуванні функціональних особливостей прецедентних феноменів, виявленні специфіки взаємодії прецедентних феноменів між собою, а також іншими одиницями непрямої номінації.

### Література:

1. Дві тонни: антологія поезії двотисячників / упоряд. Б.-О. Горобчук, О. Романенко. – К. : Вид-во Романенка «Маузер», 2007. – 304 с.
2. Гудков Д. Б. Теория и практика межкультурной коммуникации / Д. Б. Гудков. – М. : ИТДГК «Гнозис», 2003. – 288 с.
3. Захаренко И. В. Прецедентные высказывания и их функционирование в тексте / И. В. Захаренко // Лингвокогнитивные проблемы межкультурной коммуникации. – М. : Филология, 1997. – С. 92-99.
4. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность / Ю. Н. Караулов. – М. : Наука, 1987. – 261 с.
5. Красных В. В. Этнопсихолінгвістика и лингвокультурология / В. В. Красных. – М. : ИТДГК «Гнозис», 2002. – 283 с.
6. Літпошта: (збірка молоді поезії, і не тільки...) / упоряд. М. Шунь, І. Павлюк, О. Жупанський. – К. : Вид-во Жупанського, 2009. – 317 с.
7. ЛяЛяК. (Львівська літературна криївка): антологія поезії 2000 рр. / упоряд. М. Шунь. – Львів : ЛА «Піраміда», 2010. – 264 с.
8. Метаморфози. 10 українських поетів останніх 10 років: збірка / укл. С. Жадан. – Харків : книжковий клуб «Клуб сімейного дозвілля», 2011. – 272 с.
9. Нахимова Е. А. Прецедентные имена в массовой коммуникации / Е. А. Нахимова. – Екатеринбург : УрГПУ, 2007. – 207 с.
10. Селіванова О. О. прецедент на мотивація номінативних одиниць (на матеріалі української мови) / О. О. Селіванова // Лінгвістична палітра. Філологічні студії / за заг. ред. Л. А. Лисиченко. – Харків, 2009. – С. 129-139.
11. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: термінол. енциклопедія / О. О. Селіванова. – Полтава : Довкілля-К, 2006. – 716 с.

**Морська Л. І.,**

Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка, м. Тернопіль

## СУТНІСТЬ І КЛАСИФІКАЦІЯ КОМУНІКАТИВНИХ СТРАТЕГІЙ У ПРОФЕСІЙНОМУ ДИСКУРСІ

*У статті обґрунтовано необхідність дослідження найуживаніших стратегій у професійному дискурсі. Автором здійснено сутнісний аналіз поняття комунікативних і навчальних стратегій і на цій основі запропоновано набір стратегій, що використовуються у соціальній іншомовній взаємодії фахівців у різних галузях, а також обґрунтовано їхню специфіку і функції у досягненні комунікативної мети.*

**Ключові слова:** професійний дискурс, комунікативні стратегії, навчальні стратегії, професійне іншомовне спілкування.

*В статье обосновано необходимость исследования наиболее употребляемых стратегий в профессиональном дискурсе. Автором проведен сущностный анализ понятия коммуникативных и учебных стратегий и на этом основании предложен набор стратегий, которые используются в социальном взаимодействии специалистов в разных областях, а также обосновано их специфику и функции в достижении коммуникативной цели.*

**Ключевые слова:** профессиональный дискурс, коммуникативные стратегии, учебные стратегии, профессиональное иноязычное общение.

*The necessity to investigate the most frequently used strategies of professional discourse has been substantiated in the article. The author carried out the meaningful analysis of the notion of communicative and learning strategies and on this basis suggested a number of strategies which are used in a variety of branches. The peculiarities and functions in reaching the communicative goal of the suggested strategies have been substantiated in the paper.*

**Key words:** professional discourse, communicative strategies, learning strategies, professional communication in a foreign language.

**Актуальність проблеми.** Підвищений інтерес лінгвістики і лінгводидактики до комунікативної прагматики привів до зосередження уваги дослідників на динамічному вивченні використання мовних засобів, що реалізують індивідуально-особистісний, мотиваційний (мотиви і цілі) і ситуативний аспекти повідомлення. Вивчення специфіки комунікативної поведінки в різних соціальних сферах (тобто різних намірів, комунікативних стратегій їх досягнення і своєрідності їх вербального втілення) як у представників одного соціуму, так і представників інших інокультурних соціумів в цілях реалізації глобальної стратегії партнерства і співпраці усередині однієї культури і між культурами стає одним з домінуючих напрямів досліджень в галузі комунікативної лінгвістики і лінгводидактики.

Актуальність дослідження зазначених проблем визначається необхідністю вивчення вербального забезпечення взаємодії співрозмовників у процесі професійної співпраці, яка передбачає наявність у них умінь і навичок вибору адекватної стратегії ведення професійного дискурсу і структуризації найбільш типових ситуацій професійної взаємодії (встановлення особистих контактів, ведення телефонних розмов, обмін діловою кореспонденцією, проведення презентацій, нарад і зборів, переговорів тощо) з урахуванням соціокультурної специфіки ділового партнера. Тому **метою статті** є обґрунтування сутності комунікативних стратегій, які слід формувати у студентів немовних спеціальностей, які вивчають іноземну мову для професійного спілкування із зарубіжними колегами.

**Вклад основного змісту дослідження.** У процесі ділової співпраці партнери у спілкуванні, як правило, реалізують фактичну, інформаційну і впливову інтенції за допомогою різномірних мовних засобів, мовних умінь і комунікативних навичок, що визначаються нормами і етикою ділової комунікативної поведінки.

Останнім часом значно складнішою і багатоконпонентною стала виробнича сфера спілкування. Отримали широкого поширення і розвитку економічна, управлінська, комерційна, правова галузі професійної діяльності, що зумовлює необхідність опанування майбутніми фахівцями навичками професійної культури як значимим компонентом професійної міжкультурної комунікації.

До теперішнього часу дослідження проблем професійної комунікації зачіпало переважно її лексико-стилістичний аспект [4], але не було пов'язано з аналізом когнітивних аспектів організації професійної комунікації, якими може бути, зокрема, розробка і побудова системи фреймів, що складають ситуації ділової співпраці, з виявленням в них загального і приватного, основного і периферійного, залученням до кола аналізу знань і уявлень іномовних співрозмовників про світ з метою прогнозування їхньої реакції і поведінки, передбачення розвитку подій і вибору комунікативної стратегії.

Вивчення стратегій комунікативної поведінки представників ділового англомовного соціуму, їх лінгвосціопсихологічних і культурологічних особливостей сприяють залученню «носіїв» мови до концептуальної системи, картини світобачення, ціннісних орієнтирів носіїв іноземної мови, зменшення міжкультурної дистанції між представниками різних соціумів, і зрештою формуванню мовної особистості, що володіє основами ділового міжкультурного спілкування, вихованню її готовності адаптуватися до ділової культури іншого народу, іншого соціокультурного контексту взаємодії з метою вироблення оптимальної стратегії професійної іншомовної співпраці.

Відповідно, вбачаємо необхідність в розробці типології комунікативних стратегій поведінки партнерів у сфері ділового міжкультурного спілкування з урахуванням соціопсихологічних, культурологічних і мовних чинників комунікації; а також в побудові класифікації фреймів ситуацій професійної міжкультурної взаємодії як методологічної основи для створення і використання в процесі навчання комплексу (системи) вправ, спрямованих на

розвиток у студентів навичок і вмінь встановлювати і розвивати іншомовні ділові контакти з партнерами – представниками іншої соціокультурної та мовної спільноти.

Поняття «стратегія» введене в інструментарій лінгвістики, лінгводидактики, соціолінгвістики відносно не давно і визначається по-різному залежно від цілей і парадигми дослідження. Воно екстрапольоване в лінгвопрагматичні дослідження з інших наук (військової справи, політики), пов'язаних з плануванням і цілеспрямованою діяльністю.

Найбільш загальноприйняте і часто цитоване в лінгводидактиці визначення стратегії подане С. Фаєрхом і Дж. Каспером, для яких стратегія – усвідомлений план вирішення проблеми, досягнення певної комунікативної мети [5].

Е. Тароун пропонує своєрідний набір характеристик комунікативної стратегії, а саме: 1) мовець має мету повідомити інформацію слухачеві; 2) мовець вважає, що необхідна для передачі змісту повідомлення лінгвістична або соціолінгвістична структура у слухача відсутня; 3) мовець планує або відмовитися від спроби передати інформацію слухачеві, або спробувати передати її іншими засобами. Як приклад комунікативних стратегій Е. Тароун наводить такі компенсаторні стратегії в мовній взаємодії між носіями і неносіями мови: різні види парафраза, запозичень, дослівний переклад, звернення по допомогу, відмова або відхід від теми при різних формах мовного незнання, перемикання на рідну мову (вербальні стратегії), міміку (невербальні стратегії) [10].

Ш. Робертс, дотримуючись сталого визначення стратегічної компетенції як здатності користуватися комунікативними стратегіями для ведення розмови і її корекції [8], розглядає компенсаторні стратегії (види парафрази, звернення по допомогу) в дещо іншому ракурсі, а саме, як спосіб формування комунікативної особистості студента [9]. Від себе зазначимо, що перелічені вище стратегії називають компенсаційними (компенсаторними), оскільки вони співвідносяться з тактикою, методами компенсації комунікативних помилок.

Підставою для лінгводидактичної класифікації стратегій, запропонованої М. Лутьхармс, є міра усвідомленості їх застосування співрозмовниками. Автор розуміє стратегію як спосіб досягнення мети як в процесі навчання, так і для вирішення проблем («strategy is a procedure to achieve a goal like learning or problem solving»), і виділяє навчальні, компенсаційні і формувальні стратегії [6, с. 35]. М. Лутьхармс розрізняє їх за ступенем усвідомленості вживання – від повністю усвідомленої діяльності до автоматичних дій. Навчальні стратегії використовуються для презентації знання, структуризації і співвідношення інформації в пам'яті: вони узагальнюють, трансформують, спрощують уявлення про інформовані явища, спрямовані на організацію знань і здійснюються у вигляді підсвідомих або неусвідомлюваних процесів.

Компенсаторними стратегіями учасники комунікативної взаємодії користуються досить усвідомлено для виходу з комунікативних невдач: звернення по допомогу, використання словника, жести, здогадка тощо, а також лінгвістичні прийоми (парафраза, описова номінація), перемикання коіви (перехід з іноземної мови на рідну), створення нових слів тощо. Цими стратегіями користуються автоматично, але усвідомлено, оскільки вони є інтерлінгвістичною трансформацією: вгадування значення тієї частини інформації, що зрозуміла, або упущення недоступної для розуміння частини інформації.

Стратегії формування комунікативної особистості студента знаходяться на більш високому рівні усвідомленості, оскільки їх використання можна планувати. Макростратегія запам'ятовування, наприклад, включає різні мікростратегії (полегшений доступ і зберігання інформації в пам'яті: промовляння, повтор, імітація, огляд, реферування, заучування і т. д.), що є по суті прийомами психології засвоєння.

А. Луукас відносить навчальні стратегії до когнітивних методів навчання, розуміючи під ними планування, контроль і оцінку знань самими студентами. Автор підкреслює, що стратегія співвідноситься із завданнями навчання і тісно пов'язана з підходом до навчання [7].

На наш погляд, у наведених вище роботах С. Фаєрха, Дж. Каспера, Е. Тароун, Ш. Робертс аналіз й інтерпретація поняття стратегії здійснюється з позиції психологопедагогічного підходу, не зачіпаючи практичних цілей комунікантів, а багатоаспектні проблеми інтерактивного дискурсу зводяться виключно до корекції мовленнєвої взаємодії, тобто компенсаційних стратегій (вербальних і невербальних способів заміни незрозумілих (нерозпізнаних) мовних сигналів адекватнішими формами при передачі інформації), залишаючи поза увагою такі істотні сторони дискурсу як його організація, структура, механізми і способи впливу на партнера з метою вирішення професійних завдань.

Дещо інше розуміння стратегії знаходимо в науці про мову й наукових розробках проблеми створення штучного інтелекту, де поняття «стратегія» також не отримало однозначного визначення. Це пов'язано зі складністю і багатоаспектністю предмету дослідження – інтерактивного дискурсу.

Оскільки дискурс – «складне комунікативне явище, що включає окрім тексту, ще і екстралінгвістичні чинники (знання про світ, думки, установки, цілі адресата), необхідні для розуміння тексту» [3, с. 144], а також і стратегії, до яких вдаються співрозмовники в інтерактивному дискурсі, орієнтовані на різні його аспекти і рівні. Тому під стратегією розуміють:

- характеристики спілкування, що визначають зміст «підходу» до розуміння партнера у спілкуванні [2, с. 313], а отже, форму тексту (наказ, рада, загроза, прохання і так далі);
- когнітивний план спілкування, який контролює оптимальне вирішення завдання гнучким і локально керованим способом [1, с. 174];
- план оптимальної реалізації комунікативного наміру, котрий за умови обліку об'єктивних і суб'єктивних чинників і умов визначає внутрішню і зовнішню структуру повідомлення [10, с. 52];
- механізм, що використовується для синтезу різних жанрів тексту і задає відповідну організацію тексту, яка забезпечує ефективну передачу специфічних цілей повідомлення [2].

У запропонованих визначеннях загальними сутнісними характеристиками поняття «стратегія» є: 1) його когнітивна сутність; 2) залежність від практичної мети і комунікативного наміру; 3) залежність від контексту ситуа-

ції і психологічних характеристик (портретів) учасників спілкування; 4) визначальний вплив на зовнішнє (риторико-композиційне) і внутрішнє (семантичне, лексичне, синтаксичне, стилістичне) оформлення тексту.

Д. Маккьюїн розробляє дискурсивні стратегії, які визначаються і структуруються в текстах таких жанрів як опис, визначення, порівняння. Звівши предикативні моделі до чотирьох схем (ідентифікації, складу, атрибутивності і зіставлення), автор аналізує, які схеми і стратегії використовуються для побудови вказаних типів тексту. Зокрема, схема ідентифікації відображає стратегію формування визначення; схема зіставлення відображає стратегію опису основної сутності тексту через порівняння з негативним уявленням про нього. Структуризація однієї і тієї ж інформації комунікантом, вважає автор, може відбуватися по-різному, залежно від цілей спілкування, а стратегія – це спосіб породження відповідного типу тексту через взаємодію схем, фокусування і семантики [2]. Таким чином, якщо інтенція є фокусуванням змісту тексту, то стратегія – вибір найбільш оптимального способу фокусування тексту за допомогою мовних засобів, і є, відповідно, когнітивно-комунікативною структурою.

Залежно від сфери вживання, ситуації спілкування, цілей, ресурсів комунікантів (знання, оцінки, очікування, бажання) і способів впливу на них стратегії можуть бути оформлені на високому рівні інтерактивності: від невербальних (кінетичних, проксемічних) способів до вербальних форм текстової діяльності (наказ, прохання, порада, аргументація, домовленість). На вербальному рівні стратегія маркується різноманітним набором мовних засобів: мовними сигналами відправника й одержувача повідомлення, що утворюють певні мовленнєві кліше, оцінною лексикою, ввідними словами, словосполученнями тощо.

Якщо семантичні, стилістичні, граматичні стратегії пов'язані з внутрішньою організацією тексту, то дискурсивні стратегії управляють формою організації і протікання діалогу: вказують на його початок, продовження або завершення; створюють передумови для його розвитку; регулюють мовленнєві дії співрозмовників, виражаючи очікування адресанта відносно певних реалізацій з боку адресата, даючи йому можливість скористатися тими знаннями, які він має або повинен мати відповідно до соціального, професійного статусу для належного сприйняття інформації. Актуалізація дискурсивних стратегій на мовленнєвому рівні відбувається за допомогою сигналів структуризації тексту, з яких універсальними визнаються сигнали початку і закінчення тексту, зміни ролей, реагування, залучення учасників та ін. Реалізація риторичних стратегій пов'язана, в першу чергу, з впливом на психіку людини як учасника спілкування; з процесами оцінювання ситуацій і прийняття рішень, вибору найбільш ефективної стратегії.

Залежно від цілей комунікативної взаємодії зі всього різноманіття стратегій, як правило, вибираються лише окремі їх типи, варіанти, завдяки яким найуспішніше реалізуються різні цілі соціальної взаємодії і впливу у кожному конкретному випадку.

**Висновок.** На підставі здійсненого дослідження робимо висновок про те, що особливо яскраво соціальна взаємодія розкривається в професійній комунікації та її міжособистісній зоні – діловому спілкуванні, яке виникає внаслідок потреби суспільства управляти матеріально-практичною діяльністю. У діловому дискурсі передбачається дослідження взаємодії людей в соціально-професійних контекстах, із врахуванням їхніх концептуально-психологічних портретів, знання співрозмовників, специфіки ситуації ділового спілкування, а в межах міжкультурних контактів – і соціокультурної специфіки іноземного соціуму. Текст як одиниця соціальної комунікації володіє характеристиками відповідної сфери діяльності, а його структура і її мовне втілення відображають тип діяльності і визначаються намірами, характерними для цієї діяльності. Тому, вивчаючи характеристики ділового спілкування, необхідно враховувати, що його загальне призначення полягає у вирішенні професійної проблеми, досить часто через безпосередній вплив на партнера у спілкуванні, примус, або опосередкований вплив, спонукання, переконання. Прагнучи до мети, автор продумує стратегію і її досягнення, втілює її в найбільш адекватних текстах: від нагадування, заклику, вимоги, до наказу, ультиматуму, загрози. У текстах знаходить вираження мова ділового спілкування – діловий дискурс – знакова система, призначена для професійної взаємодії в різних соціальних контекстах: для встановлення контакту, обміну інформацією, налагодження стосунків співпраці між партнерами, пов'язаними предметом діяльності.

Таким чином, якщо компенсаторні і навчальні стратегії (які, як правило, розглядаються як універсальні комунікативні стратегії) спрямовані переважно на мовленнєву взаємодію і зводяться до відносно прогнозованого переліку, то стратегії, спрямовані на вирішення практичних цілей соціально-професійної взаємодії, є численні і специфічні для різних сфер спілкування і, відповідно, різних типів дискурсів.

Антропоцентричність, багатоаспектність і багаторівневість комунікативної взаємодії підтверджується тим, що дослідники виділяють різноманітні комунікативні стратегії: дискурсивні, компенсаторні, риторичні, соціокультурні, семантичні, стилістичні, прагматичні тощо. Ймовірно, їх перелік відкритий і може поповнюватися залежно від реалізації нових аспектів текстової діяльності і форм комунікативного впливу. Виділення глобальних макро і мікростратегій дає змогу передбачати їх рівневу організацію. Саме на вирішення зазначеного завдання буде спрямовано наші подальші наукові розвідки.

#### Література:

1. Грабой Т. А. Формирование профессиональной компетенции на материале языка специальности в неязыковом вузе: Дис. канд. пед. наук: 13.00.02 / Татьяна Александровна Грабой. – М., 2002. – 175 с.
2. Маккьюин К. Дискурсивные стратегии для синтеза текста на естественном языке / К. Маккьюин // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XXIV. – М. : Прогресс, 1989. – С. 311-356.
3. Попова Е. А. Политический дискурс как предмет культурно-лингвистического изучения / Е. А. Попова // Языковая личность: проблемы значения и смысла. – Волгоград : Перемена, 1994. – С. 143-152.
4. Фишер Р., Юри У. Путь к согласию (соглашение без ущерба для договаривающихся сторон)//Язык и моделирование социального взаимодействия. – М. : Прогресс, 1987. – С. 173-206.

5. Faerch C., Kasper G. Strategies in interlanguage communication / C. Faerch, G. Kasper. – New York : Longman, 1983. – 283 p.
6. Lutjeharms M. Learning strategies. Language Learning for European Citizenship / M. Lutjeharms: Report on Workshop 6A. – Tampere, Finland, 1991. – P. 34-42.
7. Luukas A. Approaches and methods. Language Learning for European Citizenship / A. Luukas: Report on Workshop 6A. – Tampere, Finland, 1991. – P. 28-33.
8. Roberts C. A. The Art of Circumlocution: Teaching strategic competence / C. A. Roberts // Forum. – Vol. XXVIII. – №4, 1990 – P. 41-43.
9. Rubin J. Study of Cognitive Process in SLL / J. Rubin // Applied Linguistics. 1981. – № 11. – P. 118-131.
10. Tarone E. Some thoughts on the notion of communicative strategy / E. Tarone // TESOL Quarterly. – 1981. – № 15. – P. 285-295.

Навольська Г. І.,

Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка, м. Тернопіль

## ДИДАКТИЧНІ УМОВИ ФОРМУВАННЯ ЛІНГВІСТИЧНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ СТУДЕНТІВ ФІЛОЛОГІЧНИХ ФАКУЛЬТЕТІВ ПРИ ВИВЧЕННІ ЛАТИНСЬКОЇ МОВИ

*У статті з'ясовано, які дидактичні умови сприяють формуванню лінгвістичної компетенції студентів філологічних факультетів при вивченні латинської мови.*

**Ключові слова:** дидактичні умови, лінгвістична компетенція, латинська мова.

*В статье определены дидактические условия, которые способствуют формированию лингвистической компетенции студентов филологических факультетов при изучении латинского языка.*

**Ключевые слова:** дидактические условия, лингвистическая компетенция, латинский язык.

*The article deals with the didactical conditions that promote the formation of the linguistic competence of the students of the philological departments in the process of learning the Latin language.*

**Key words:** didactical conditions, linguistic competence, the Latin language.

Упродовж останніх десятиліть у світі загалом та в Україні зокрема, змінювалась суспільна парадигма – від індустріальної до інформаційної. Цілком зрозумілим є той факт, що ці процеси насамперед знайшли своє відображення в освіті. Суспільство має потребу у фахівцями нового формату. Отож, наразі все більш актуальною постає проблема запровадження освітніх інновацій, які забезпечать підготовку гармонійної особистості, здатної ефективно функціонувати в новітніх умовах. Через це знання, на які традиційно було зорієнтовано освіту, сьогодні вже не вважаються головним критерієм підготовки спеціаліста, адже завдяки науковим дослідженням вони постійно доповнюються, тому в сучасному суспільстві цінуються вже не самі знання, а вміння їх самостійно здобути та компетентно використовувати.

Таким чином формування лінгвістичної компетенції студентів філологічних факультетів є необхідним доповненням блоку тих компетенцій, які входять у систему їх професійної компетентності, якісно підвищуючи її.

Латинська мова на філологічних факультетах вивчається як лінгвістична дисципліна, що повинна розширити світогляд студентів, сприяти розвитку в них наукового підходу до сучасних живих мов, дати їм певні відомості з історії та культури античного світу. Разом з тим латинська мова вивчається як практична дисципліна, що передбачає комунікативну діяльність – читання, аналіз і переклад текстів, засвоєння латинської лексики, прислів'їв, крилатих виразів.

Аналіз наукової літератури показав, що методичним аспектам викладання латинської мови присвячено праці Й. Кобіва, Н. Кацман; теоретичне обґрунтування та практичне використання взаємозіставного методу в навчанні граматики класичних мов розкрито у Л. Звонської-Денисюк та В. Шовкового; особливості методики латинської мови як спеціальної мови медицини вивчала О. Беляєва; компетентісний підхід у сучасній освіті опрацьовували І. Козубовська, О. Пометун та інші вчені.

Всебічного і глибшого дослідження потребує проблема формування лінгвістичної компетенції студентів-філологів, розробка її функціональної моделі. Оскільки вирішення цих питань виходить за межі статті, у своєму дослідженні ми зупинимось лише на деяких її аспектах.

**Мета нашої статті** – з'ясувати, які дидактичні умови сприяють формуванню лінгвістичної компетенції студентів філологічних факультетів при вивченні латинської мови.

Насамперед необхідно уточнити, що саме розуміють науковці під поняттями «умова» та «дидактична умова». Словники визначають або розкривають «умову» як:

– «вимогу, що висувається однією із сторін; як усний або письмовий договір про що-небудь; як правила, встановлені в будь-якій сфері життя, діяльності; як обставини, за яких відбувається що-небудь» [4, с. 776];

– «місце, у якому здійснюється що-небудь, обставину, при якій відбувається що-небудь; обов'язкові обставини, передумови, що визначають, зумовлюють існування чого-небудь» [2, с. 870-871];

– «необхідну обставину, яка робить можливим здійснення, створення чого-небудь або сприяє чомусь» [6, т. 10, с. 442];

В енциклопедичному словнику поняття «умова» розглядається як «сукупність чинників, що впливають на кого-небудь, що-небудь, що створюють середовище, в якому відбувається щось. Умова характеризує постійні чинники суспільного, побутового та іншого оточення» [7, с. 625].

Філософська енциклопедія розглядає «умову» як «сукупність об'єктів (речей, процесів, відносин тощо), необхідних для виникнення чи існування зміни даного об'єкта (що зумовлюється)» [8, с. 286]. Отже, з філософської точки зору, умова – це фактор, завдяки якому річ або процес виникає й існує.

У словнику з освіти та педагогіки поняття «умова» розглядається як «сукупність змінних природних, соціальних, зовнішніх і внутрішніх впливів, що діють на фізичний, психологічний, моральний розвиток людини, її поведінку, виховання, навчання, формування особистості» [5, с. 36].

З цього випливає, під дидактичними умовами, які сприяють формуванню лінгвістичної компетентності студентів, ми розуміємо обставини процесу навчання, що є результатом цілеспрямованого вибору, конструювання та застосування елементів змісту, методів, форм навчання латинської мови, завдяки яким процес може бути успішним.

Як показує аналіз навчальних програм вивчення латинської мови передбачає формування у студентів не лише умінь перекладу, а й теоретичних знань про мову. Як зазначає Н. Кацман, латинська мова як теоретична дисци-

пліна служить для розширення лінгвістичного кругозору, розвиває у студентів абстрактне граматичне мислення і формує науковий підхід до вивчення мов [3, с. 7].

Перед курсом латинської мови стоять завдання загальнокультурного і естетичного виховання, які реалізуються шляхом підбору текстів для читання відповідної тематики, які містять пізнавальну інформацію з історії, міфології та культури античного світу. Визначений нами міждисциплінарний підхід, передбачає інтеграцію наукового знання в таких галузях як лінгвістика, культурологія, мовознавство, історична та теоретична граматики тощо.

Ефективність навчального процесу забезпечується завдяки дотриманню основних дидактичних принципів: свідомості, доступності, науковості, систематичності, послідовності, активності студентів у навчальній діяльності, міцності засвоєння знань, принцип врахування рідної мови, домінуючої ролі вправ та спеціальні методичні принципи: лінійно-концентричний, принцип раціонального компаративізму, історичності, самостійного пошуку, оперування абстрагованими мовними категоріями, психологічної готовності [9, с. 8].

Рівень сформованості лінгвістичної компетенції студентів можна підвищити, якщо створити структурований навчально-методичний комплекс з дисципліни «Латинська мова», який передбачає лінгводидактичну складову в усіх видах навчальної діяльності студентів. Спеціальне структурування навчального матеріалу передбачає відтворення зв'язків та відношень, в тому числі й між навчальними дисциплінами. Просування у вивченні базового навчального матеріалу відбувається на основі ранжирування. Основною вимогою до системи завдань є поступове нарощування складності, варіативність, диференційованість, наступність. Цілісна системи завдань має враховувати: певну роль та місце зв'язку у сукупності методів та можливостей теми, виявлення зв'язків між елементами знань. При відборі матеріалу і методів організації навчання необхідно використовувати такі підходи: аспектний, структурний, трансформаційний, структурно-функціональний, тематичний [1, с. 81].

Так фонетичний матеріал, який відбирається для вивчення латинської мови повинен відповідати таким критеріям: такий, що використовується в навчальних цілях та яскраво демонструє явища історичної фонетики [3, с. 42].

Відбір граматичного матеріалу для курсу повинен включати ті явища, які у сукупності дають розуміння лінгвістичної системи латинської мови у порівнянні з рідною та західноєвропейською мовою, яку вивчає студент. Вивчення граматики латинської мови із застосуванням порівняльно-зіставного методу сприяє свідомому вивченню та кращому засвоєнню мов і тим самим підвищує лінгвістичну компетенцію студентів-філологів.

Ми погоджуємося з В. Шовковим у тому, що для формування міжмовної мобільності у свідомості студентів та розуміння змісту граматичного явища варто застосовувати комплекс вправ на зіставлення мов, на переклад окремих граматичних форм, переклад з латинської на рідну і навпаки [9, с. 10].

Важливою складовою є самостійна та індивідуальна робота студентів. Одним із видів поза аудиторної роботи є дослідження лексики латинського походження в українській та західноєвропейських мовах на матеріалах періодичної преси. Виконання такого завдання передбачає використання вмінь і навичок сформованих у процесі навчання. Це сприяє формуванню інтелектуальних у єдності із засвоєнням дослідницьких та експериментальних умінь, активізує пізнавальну діяльність студентів. Основна функція викладача – управління цією діяльністю студентів [1, с. 68]. Він повинен забезпечити корекцію та оперативний контроль за станом формування інтелектуальних умінь.

Отже, рівень сформованості лінгвістичної компетенції студентів можна підвищити, якщо дотримуватись таких дидактичних умов: усвідомлення потреби подальшого вдосконалення студентами, активізація їх пізнавальної діяльності, структурування навчального матеріалу курсу «Латинська мова» та забезпечення міжпредметних зв'язків, формування вмінь і навичок граматичного та лінгвістичного аналізу навчальних текстів, важливість самостійної роботи студентів.

Проведене дослідження відкриває перспективи для створення навчально-методичного комплексу з дисципліни «Латинська мова», який сприятиме формуванню лінгвістичної компетенції студентів філологічних факультетів.

### Література:

1. Ворожцова И. Б. Основы лингводидактики: Учебное пособие для студ. высш. учеб. заведений / И. Б. Ворожцова. – Ижевск : Удмуртский государственный университет, 2007. – 113 с.
2. Ефремова Т. Новый словарь русского языка толково-образовательный / Т. Ефремова. – М. : Русский язык, 2000. – Т. 2. – 1088 с.
3. Кацман Н. Л. Методика преподавания латинского языка в институтах и на факультетах иностранных языков / Н. Л. Кацман. – М. : Высшая школа, 1979. – 142 с.
4. Ожегов С. Словарь русского языка / С. Ожегов. – М. : Русский язык, 1984. – 816 с.
5. Полонский В. Словарь по образованию и педагогике / В. Полонский. – М. : Высшая школа, 2004. – 512 с.
6. Словник української мови. – К. : Наукова думка, 1979. – 442 с.
7. Советский энциклопедический словарь. – М. : Сов. энциклопедия, 1991. – 1600 с.
8. Філософський енциклопедичний словник. – К. : Абрис, 2002. – 742 с.
9. Шовковий В. М. Методичні основи застосування взаємозіставного методу в навчанні граматики класичних мов: Автореф. дис... канд. пед. наук: 13.00.02 / В. М. Шовковий. – К., 2004. – 21 с.



Негер О. Б.,

Ужгородський національний університет, м. Ужгород

## ХАРАКТЕРИСТИКА ОБ'ЄКТА ЯК ПОЗАМОВНИЙ ЧИННИК РОЗВИТКУ УРБАНОНІМІЇ ЗАКАРПАТТЯ

*У статті вперше проаналізовано характеристичний фактор розвитку урбанонімії; виділено основні групи характеристичних урбанонімів; з'ясовано специфіку функціонування їх у Закарпатській області.*

**Ключові слова:** урбанонімія, характеристичні урбаноніми, соціолінгвістичний фактор.

*В статье впервые проанализирован характеристический фактор развития урбанонимии; выделены основные группы характеристических урбанонимов; указана специфика функционирования их в Закарпатской области.*

**Ключевые слова:** урбанонимия, характеристические урбанонимы, социолингвистический фактор.

*The characteristic factor of development of urbanonymy is first analysed in the article; basic groups of characteristic urbanonyms are distinguished; the specific of functioning of them is found out in the Zakarpattia area.*

**Key words:** urbanonymy, characteristic urbanonyms, sociolinguistic factor.

Соціолінгвістичні чинники формування української урбанонімії поки що належать до слабо вивчених питань ономастики. Досі цій проблемі приділяла увагу тільки М. Романюк у праці «Соціально зумовлені інновації в ономастиконі Закарпаття кін. ХХ – поч. ХХІ ст.» [10], один з розділів якої присвячено урбанонімії. Тому вважаємо актуальним ґрунтовний аналіз впливу позамовних факторів на систему називання об'єктів населених пунктів, а саме розгляд такого фактора, як прагнення охарактеризувати об'єкт номінації.

Намагаючись дати назву вулиці при виникненні потреби орієнтації в місті, люди виходили з того, як створити просту і влучну назву. Причому процес цей відбувався здебільшого спонтанно і був ніби різновидом народної творчості: хтось назвав вулицею Вовняною від того, що на ній торгували вовною, назва приживалась і згодом вже всі в місті знали, де вулиця Вовняна. Як для фольклору характерна простота і влучність, так само і для первинних назв вулиць властива відсутність будь-яких ускладнень, підтекстового значення і конотативних нашарувань.

На Закарпатті перші назви вулиць фіксуються ще у середні віки. Так, тоді в Ужгороді існувала вул. Велика, яка знаходилася в центрі міста (сучасна вул. Волошина) і була єдиною на той час забудованою з обох боків будинками [1, с. 32]. Пізніше згадується вул. Замкова, Великомостова, Маломостова, Мукачівська, Конопляна, Польова, – усі з цілком прозорою семантикою. У кінці ХІХ ст. подібні назви починають витіснятися ідеологічно забарвленими. І вже на карті Ужгорода за 1928 рік 33 назви вулиць з 63 пов'язані з вшануванням угорських, чеських і місцевих діячів. Постійні зміни правлячих режимів, приєднання Закарпаття то до однієї, то до іншої країни, відсутність природної і стабільної еволюції міст в одному руслі призводять до того, що нові назви цього типу практично не з'являлися, а існуючі часто замінювалися назвами, які відображали політичні та ідеологічні вподобання країни-колонізатора.

Включення Закарпаття до Радянської України мало змінило ситуацію у цьому стосунку. Спочатку існуючі назви аналізованого типу не чіпали, навіть з'являлися нові (пров. Річний, вул. Пригородня в Ужгороді, вул. Садова, Ключарська в Мукачеві), а потім масовим перейменуванням починають підлягати найменування, які не відображають «будь-яких історичних подій, революційного руху і історичного значення» [3]. Так, у Хусті вул. Ластовча перейменовується на Кагановича, вул. Ружова – на Свердлова, вул. Заяча – на Чкалова, у Берегові – вул. Мукачівська – на Сталіна, вул. Блакитна – на Калініна, вул. Церковна – на Танкістів, у Виноградіві – вул. Копанська – на Радянську, вул. Вузька – на Ворошилова, вул. Монастирська – на Добролюбова.

Дещо змінюється ситуація під час «хрущовської відлиги». Розвінчання культу особи в системі називання має своїм наслідком зміну співвідношення назв-характеристик та глорифікаційних назв. Процес деперсоналізації (пор. [11, с. 81]) призводить до розширення мотиваційної бази урбанонімів за рахунок появи ідеологічно нейтральних найменувань (перейменування вул. Жукова на Лазівську, вул. Булганіна – на залізничну (Тячів), вул. Мічуріна – на Польову, вул. Лермонтова – на Зелену (Виноградово), вул. Молотова – на Вітрову, вул. Кагановича – на Ластовчу (Хуст). Після цього, незважаючи на нову хвилю глорифікаційних назв у 60-70 роках внаслідок чергової зміни політики, назви-характеристики не зникають із закарпатоукраїнського урбанонімікону. Інша річ, що вони набувають особливого характеру, властивого для панівної політики.

Урбаноніми Закарпаття, які відображають фізико-географічні та господарські реалії, за останні 15 років не пережили значних системних змін, трансформації, бурхливого розвитку чи занепаду. Поповнення їх складу відбулось у результаті процесу традиціоналізації – повернення вулицям їхніх попередніх назв, що було характерно для усіх урбанонімних систем постсоціалістичного світу (пор. [11, с. 81]). Проте традиціоналізація не означала раптового вибуху назв-характеристик серед найменувань, а лише передбачала певну тенденцію, тому що більшість глорифікаційних назв замінилась іншими назвами такого ж типу і лише деякі з них отримали давню політично нейтральну назву. Так, наб. Піонерська була перейменована на Ботанічну, вул. Кремлівська – на Капітульну, вул. Ген. Петрова – на Високу, вул. Куйбишева – на Дайбозьку, пл. Радянська – на Жупанатську (Ужгород) тощо. Як наслідок, сучасні назви-характеристики – це здебільшого та сукупність найменувань, яка нам дісталася з радянських часів.

Найбільшою підгрупою в аналізованій групі є урбаноніми, що характеризують вулицю за об'єктом, який знаходиться на ній або поблизу. Якщо враховувати відповідність назв існуючій реальності, то можна зробити висновок, що Закарпаття – це край заводів, фабрик і залізниць (вул. Заводська (Ужгород, Чоп, Іршава, Тячів, Ви-

ноградово), вул. Високовольтна, Електрозаводська, Технічна, Транспортна, Фабрична (Ужгород), вул. Індустріальна, Фабрична, Пивоварна, пров. Пивоварний (Мукачево), вул. Керамічна (Хуст), вул. Промислова (Ужгород, Іршава, Виноградово), вул. Залізнична в Ужгороді, Іршаві, Рахові, Мукачеві, Чопі, вул. Деповська в Чопі, вул. Вокзальна в Ужгороді, Мукачеві, Берегові, Хусті, вул. Привокзальна в Рахові та вулиця і площа в Чопі, вул. Станційна в Ужгороді, Тячеві, Іршаві, Виноградіві). Звичайно ж, Закарпатська область не є західноукраїнським Донбасом чи Дніпропетровськом. Потрібно просто не забувати, що «вся суть не в наявності ознаки, а в оцінці її. Навіть якщо об'єкт названий за однією зі своїх ознак, то вся справа в тому, чому з чисельних ознак вибрана саме ця. Вибір ознаки залежить не від властивостей об'єкта, а завжди тільки від історичних причин» [4, с. 80]. У час приєднання Закарпаття до УРСР, а, отже, і до СРСР, воно було досить відсталим в економічному плані краю. У перше повоєнне десятиліття активно проводилися відбудовчі роботи – відбувалось налагодження комунального господарства, транспорту, зв'язку. У 50-60 рр. внаслідок «хрущовської відлиги» більша увага почала звертатися на віддалені регіони, що зумовило розвиток усіх економічних галузей Закарпатської області. Це послужило матеріальною базою, а ідеологічною – політика СРСР, яка передбачала формування у свідомості її громадян образу технічно розвинутої країни. Крім того, слід віддати належне тому факту, що у той час заводи і фабрики відігравали важливу роль у житті населення, так само, як і залізниці. Набувши популярності у той час, назви, які відображають наявність на вулиці важливого промислового об'єкта, часто використовуються і зараз. Крім того, при подальшому аналізі ми намагаємося враховувати, що «не завжди назва відображає найхарактернішу ознаку об'єкта, дуже часто ці ознаки бувають випадковими» [8, с. 98].

Значну частину назв, які характеризують вулицю з погляду її стосунку до об'єкта, формують найменування, які відображають штучні об'єкти. Йдеться про такі назви, як вул. Базарна (Виноградово, Хуст), вул. Лікарняна (Виноградово, Ужгород), вул. Митна (Ужгород, Тячів), пров. Митний (Чоп), вул. /пл. Поштова (Ужгород, Іршава, Мукачево), вул. Університетська, пров. і вул. Театральна, пров. Приютський (Ужгород). Найдавнішими за походженням з цієї групи є назви вул. Млинна і Млинська у Чопі та Мукачеві відповідно, які стали відображенням давнього способу господарювання наших предків. Адже, як відомо, для Закарпаття був характерний розвиток млинарського промислу. Якщо в X–XII ст. переважали ручні млини, то в XII–XIV ст. поширювалися водяні [6, с. 70]. А до XIX ст. кількість млинів значно зростає, що свідчить про інтенсивний розвиток млинарства та важливість його на Закарпатті. Крім того, досить давньою є назва Замкова вулиця (Ужгород, Виноградово, Хуст), що відображає локалізацію замків у містах і до того ж вказує на ієрархію міст у давнину (колись замки були прерогативою тільки стратегічно важливих пунктів). Варто відзначити також площу Жупанатську, на якій розташований колишній будинок жупанату, де знаходилися адміністративні служби Ужанського комітату (жупи) [1, с. 45] та вул. Капітульну, назву якій дав колись розташований там капітул.

Більш давнім, проте менш популярним способом у даний час є творення назв від природних об'єктів. Питання вивчення відбиття у топонімах місцевих географічних умов і досі залишається актуальним [2, с. 44]. Якщо урбаноніми, утворені від штучних об'єктів, пов'язані з розвитком міста та його розбудовою, то найменування, похідні від назв природних об'єктів, мали своєю передумовою орієнтацію суспільства на ландшафтні об'єкти, які були частиною свідомості людини ще з початку її існування. Саме тому так легко у систему урбанонімів входять назви вулиць Лісова / Лісна (Ужгород, Мукачево, Іршава, Хуст, Берегово, Свалява), Польова (Ужгород, Іршава, Виноградово, Мукачево), Озерна / Приозерна (Ужгород, Чоп), Річна (Тячів, Іршава, Хуст, Свалява), Садова (у всіх містах, крім Чопа, Берегова і Перечина). Різновидом цієї підгрупи є назви, похідні від інших онімів, що стосуються певних географічних об'єктів. Ці найменування досить давні (існують близько ста років) і свідчать про взаємодію різних онімних класів, коли менші об'єкти діставали назву за більшими. Так, назви вулиць Латорична (Мукачево), Латорицька (Чоп), Малоужанська, Ужанська (Ужгород) утворювалися відповідно від найменувань гідрооб'єктів Латориця, Уж та Малий Уж (який уже зараз не існує).

До одного з найдавніших способів творення назв належить їх пряма характеристика, відображення специфічної ознаки об'єкта (пор. [5, с. 5]). Будучи колись єдиним, згодом домінуючим способом номінації, тепер це просто один з існуючих видів. Причому здебільшого назви, які входять до цієї підгрупи, належать до дуже давніх, пронесених через століття. Це може бути вказівка на довжину вулиці (вул. Довга (Ужгород), вул. Коротка (Ужгород, Хуст), Мала (Ужгород, Іршава, Хуст), на її конфігурацію (вул. Бічна (Ужгород, Хуст), вул. Верхня (Іршава), вул. Висока (Ужгород, Хуст), розташування (вул. Набережна (Берегово, Іршава, Мукачево), вул. Підгородська, Підгорянська, Підзамкова (Мукачево), Підградська (Ужгород), розміщення її стосовно інших вулиць та ін. Зважаючи на рельєф Закарпатської області, цілком зрозумілими є назви, що відображають гірський характер місцевості (пор. вул. Підгірна, вул. Гірська, вул. Гірна, вул. Висока, вул. Верхня).

Один із найдавніших способів означення вулиці формується на основі розуміння її як шляху, який веде до певного місця, тобто йдеться про вказівку спрямованості вулиці. Назви цього типу базуються на інших онімах – здебільшого ойконімах, які існують зараз або були колись. Найменування цього типу є довговічними завдяки своїй актуальності в різні часи, співвіднесеності з реальністю, оскільки назви населених пунктів, від яких здебільшого творяться ці урбаноніми, вирізняються набагато меншою динамічністю, ніж самі найменування внутрішніх міських об'єктів. У першу чергу мотиваційною базою для аналізованої групи стають назви значних за розмірами географічних об'єктів, куди ведуть шляхи сполучення з багатьох міст (пор. вул. Берегівська в Мукачеві, Чопі, Тячеві; вул. Львівська в Ужгороді, Хусті, Мукачеві; вул. Мукачівська в Ужгороді, Берегові, Сваляві, Тячеві (у Чопі – Мукачівське шосе); вул. Ужгородська в Чопі, Берегові, Мукачеві, Тячеві). Крім того, це можуть бути назви, що позначають дорогу до значного сусіднього населеного пункту, причому розмір самого міста визначає «значимість» інших територіальних об'єктів (вул. Виноградівська, Рахівська в Тячеві, вул. Королівська у Виноградіві, вул. Свалявська в Мукачеві, вул. Білецька, Ільницька в Іршаві, вул. Копанська, Сасівська у Виноградіві). Упорядкування міст в радянські часи зумовило приєднання до їх території присілків, які фактично

стали частиною міста, але ще мали назву окремої територіальної одиниці. «Урбанізація населення як активний демографічний процес, що має в різних етнічних зонах різну інтенсивність, веде до зникнення багатьох сільських поселень і одночасно до зникнення їх назв» [9, с. 24] або ж до використання цих назв з іншою метою. Вулиці, які вели в ці присілки або були їх центрами, після приєднання для зручності назвали назвами цих населених пунктів. Так появилися вулиці Горянська, Доманинська, Дравецька, Радванська, Минайська, Червениця в Ужгороді, вул. Росвігівська в Мукачеві, вул. Пірешська в Хусті. Закономірно, що чим більший населений пункт, тим більше навколо нього формується малих поселень, які потім врастають у місто, стають його органічною частиною і дають нові назви вулицям.

Групою назв, для якої визначальну роль зіграли екстралінгвальні чинники, стали урбаноніми, що характеризують вулицю за її мешканцями. До таких належать вулиці Швабська (Ужгород), Німецька (Хуст), Булгаркерт (Берегово), Руська (Ужгород, Мукачево, Виноградово).

Зі здобуттям Україною незалежності етнічний склад населених пунктів знову починає відігравати важливу роль при виборі власних назв міських об'єктів, однак мовна реалізація цього екстралінгвального чинника змінилася: на національне походження мешканців вулиць вказують урбаноніми, мотивовані не етнонімами, а промовистими персоналіями чи національними реаліями. Так, наприклад, у Берегові, яке справедливо вважається центром угорської національної меншини, де угорці складають 48% мешканців (українці – 39%) [7, с. 8], відбулася мадяризація місцевого урбанонімікону, тому нині майже 40% його складають найменування на честь угорських діячів (пор. перейменування вул. Кірова на Акацфа, вул. Герцена – на Арань Яноша, вул. Маяковського – на Бако Габора, вул. Музичної – на Бартока Бейли, вул. Борканюка – на Бем Йожефа, вул. Карла Маркса – на Берчені та ін). І якщо в Берегові мовне походження місцевих урбанонімів назв загалом відповідає структурі національного складу мешканців міста, то в умовах Ужгорода такої відповідності нема, бо тут частка утворень, що вшановують російських діячів більш, ніж удвічі переважає відповідну частку росіян у складі міського населення (пор. пл. Пушкіна, вул. Гоголя, Белінського, Мічуріна, Маресьєва, Айвазовського, Дмитрія Донського тощо). Таким чином, прагнення охарактеризувати об'єкт номінації здавна було одним з основних факторів появи урбанонімів. Але, будучи єдиним на момент виникнення урбанонімної системи, цей чинник з часом витісняється ідеологією та іншими факторами.

#### Література:

1. Волошин О. Ужгород у старовинній листівці / Волошин О. – Ужгород : Два кольори, 2003. – 142 с.
2. Громко Т. В. Географічні терміни як твірні основи мікротопонімів / Громко Т. В. // Проблеми слов'янської ономастики: Зб. наук. праць. – Ужгород : УжДУ, 1999. – С. 20-21.
3. Закарпатський обласний державний архів. – Ф. Р-136. – Оп. 1. – спр. 7.
4. Карпенко Ю. А. О синхронической топонимике / Карпенко Ю. А. // Принципы топонимики / Под ред. В. А. Никонова и О. Н. Трубочева. – М. : Наука, 1964. – С. 45-86.
5. Матвеев А. К. Образное народное видение и проблемы ономазиологической и этимологической интерпретации топонимов / Матвеев А. К. // Вопросы ономастики / Под ред. Е. Ф. Шамеса. – Свердловск : Гос. ун-т, 1977. – С. 5-20.
6. Нариси історії Закарпаття: В 3 Т. – Ужгород, 1993. – Т. 1.
7. Національний склад населення та його мовні ознаки: Статистичний бюлетень. – Ужгород, 2003. – 85 с.
8. Подольская Н. В. Какою информацией несет топоним / Подольская Н. В. // Принципы топонимики / Под ред. В. А. Никонова и О. Н. Трубочева. – М. : Наука, 1964. – С. 87-99.
9. Подольская Н. Связи демографо-этнических и топонимических процессов / Подольская Н. // Топонимика и межнациональные отношения. – М. : АН СССР, 1991. – С. 19-25.
10. Романюк М. Соціально зумовлені інновації в ономастиконі Закарпаття кін. XX – поч. XXI ст. / Романюк М. – Ужгород : Гражда, 2007. – 124 с.
11. Odaloš P. Urbanonima v procese spolocenskyh zmien 90 rokov v europskych postsocialistických krajínach / Odaloš P. // Urbanonima v kontexte historie a súčasnosti: Materialy z onomastickeho kolokvia. – Bratislava; Banská Bystrica, 1996. – S. 80-88.

**Нуждак Л. В.,**

*Ужгородський національний університет, м. Ужгород*

## **ЕСТЕТИКА ТА МОДНІ ТЕНДЕНЦІ РОЗВИТКУ ПРИЗВИЩ УКРАЇНЦІВ ПОСТРАДЯНСЬКОГО ПЕРІОДУ КРИЗЬ ПРИЗМУ ЕКОЛІНГВІСТИКИ**

*У статті подається аналіз стану прізвищ українців посттоталітарної доби. Значна увага приділяється вивченню культури та норм української мови.*

**Ключові слова:** ономастика, посттоталітарна доба, онім, прізвища.

*В статье представлен анализ состояния фамилий украинцев посттоталитарной эпохи. Значительное внимание уделяется изучению культуры и правил украинского языка.*

**Ключевые слова:** ономастика, посттоталитарная эпоха, оним, фамилии.

*The article analyzes style of the names of Ukrainian post-totalitarian era. Special attention is given to the study of culture and normative principles of the Ukrainian language.*

**Key words:** onomastics, post-totalitarian era, onim, names.

Проблема естетики власної назви, як відомо, не належить до числа опрацьованих ні в українській ономастиці, ні в українській стилістиці. Однак низка досліджень як прикладних аспектів естетики окремих розрядів оніма, так теоретичних питань естетичної сутності стилю та його мовних засобів виявили надзвичайну важливість цієї проблематики. Показовими у цьому плані є, наприклад, розділ монографії О. Белея «Сучасна українська ергономія...» – «Мовна естетика сучасної фірмонімії Закарпаття» [1, с. 84 – 85] або теоретичні дослідження чл. -кор. НАН України С. Я. Єрмоленко «Стиль – категорія етнопсихологічна й естетична», «Мовно-естетичні знаки національної культури» [2]. Актуальним, на нашу думку, є дослідження естетики власної назви з погляду еколінгвістики, оскільки такий підхід дозволяє виявити нові аспекти взаємозв'язку інновацій у пропріальній лексиці та змін у соціальному середовищі з усталеними традиціями в національному назовництві.

Рівень мовної естетики власної назви у суспільстві визначається глибиною розуміння мовцями сутності власної назви, її виражальних можливостей та національних традицій назовництва, які допомагають реалізувати, втілити в конкретній власній назві необхідний не лише номінативно-ідентифікаційний, а й емоційно-оцінний та характеристичний потенціал. Нерозуміння чи ігнорування можливостей пропріальної лексики для реалізації задуму творців або користувачів конкретних онімів-неологізмів призводить не лише до втрати всякої естетичної вартості конкретного оніма, але до перетворення таких утворень в антиестетичні знаки, що негативно позначаються на загальному еколінгвальному стані українського ономастикону.

Мовна естетика власної назви, як і культура мови загалом, починається з самоусвідомлення мовної особистості. Вона зароджується і розвивається там, де носіям національної літературної мови не байдуже, як вони говорять і пишуть, як сприймається їхня мова у різних суспільних середовищах, а також у контексті інших мов. Вона безпосередньо пов'язана з соціологією і психологією не тільки в плані вироблення моделей, зразків мовної поведінки, а й щодо формування мовної свідомості [4, с. 9].

Треба зазначити, що особливість проблемних із погляду мовної естетики онімів полягає в тому, що їх функціонування в українській літературній мові безпосередньо не суперечить чинному українському законодавству у сфері мовного будівництва чи нормам «Українського правопису». Тому їх ідентифікацію ми пропонуємо проводити за своєрідними структурно-семасіологічними маркерами. Проведений нами аналіз мовної естетики української пропріальної лексики посттоталітарної доби з погляду еколінгвістики виявив кілька проблемних зон, зумовлених такими чинниками:

- 1) використання онімів, як правило, прізвищ з вульгарним значенням або різко негативною оцінністю;
- 2) невідповідність внутрішньої форми оніма чи його доонімного значення з енциклопедичною характеристикою носія;
- 3) залучення до джерельної бази сучасних онімів ненормативної, зокрема обценної лексики та аргю;
- 4) несполучуваність різних компонентів складених найменувань чи то за їх фонорморфемними особливостями, чи то за доонімійним значенням, чи за іншими супровідними конотаціями.

Українські прізвища стали, очевидно, першим онімійним класом, який широко почали оцінювати за естетичними критеріями. Оскільки серед традиційних українських прізвищ є чимало таких, які утворені на базі емоційно маркованої, згрубілої або навіть обценної лексики, тому вони нерідко сприймалися їх носіями як неблагозвучні та такі, що суперечать уявленням їх носіїв про естетику власної назви. Своєрідною реакцією на такі прізвища, що водночас і засвідчує їх первинну естетичну оцінку, стали звернення до офіційних державних органів із проханням носіїв таких прізвищ про їх заміну. Відомо, що саме історія заміни прізвищ з естетичних міркувань лягла в основу геніальної п'єси М. Куліша «Мина Мазайло». Дружина драматурга у мемуарах пише: «Ще працюючи над своїм «Миною», Микола якийсь зайшов до загсу і там прочитав список змінених прізвищ. Між іншими там було прізвище *Гімненко*, змінене на *Алмазов*. Це так його розсмішило, що він вирішив вставити цей випадок у п'єсу [3, с. 732 – 733]». Українські ономасти також упродовж ХХ ст. відзначають численні випадки зміни неблагозвучних прізвищ. Так, проф. П. П. Чучка кваліфікує фактами свідомої деетимологізації чи реетимологізації випадки, коли прізвище здається носієві неблагозвучним, незрозумілим чи перекрученим, і він ініціює перемену прізвища *Перебздяк* на *Перевзьяк*, *Пуцакулич* на *Пудсакулич* та ін. З естетичних міркувань, коли традиційне прізвище викликає якісь небажані асоціації, змінено прізвища *Баран* на *Барановський*, *Дурневич* на *Дунаєв*, *Кракер* на *Кракович*, *Попка* на *Попок*, *Хрін* на *Грін*, *Цап* на *Лютянський*, *Шитиздяк* на *Шевченко* [6, с. 222-224].

У пострадянській період, коли правова процедура заміни прізвищ значно спростилася та лібералізувалася, за даними Міністерства юстиції, щороку значна кількість громадян України вдається до зміни прізвищ, імен та імен по батькові. Так, наприклад, у 2003 р. до зміни прізвищ вдалися 24 тис., у 2007 – 17,5 тис., а у 2006 р. – 30 тис. громадян. Основною причиною заміни прізвища, яку вони наводять у спеціальних заявах, є естетична, а саме прагнення замінити неблагозвучне прізвище. Наприклад: *Дурило* на *Цар*, *Козел* на *Драганчук*, *Гнидка* на *Гнатко*, *Дупа* на *Костевич*, *Кот* на *Москалюк*, *Бугай* на *Бондар*, *Урода* на *Романовська*, *Сопливий* на *Соколенко*, *Дикун* на *Ващук*, *Окунь* на *Енгель*, *Гусак* на *Губенко*, *Плуг* на *Петренко*, *Кізяк* на *Благовіст*, *Лошак* на *Кузьмович*, *Коцій* на *Царенко*, *Дурноляп* на *Білозір*, *Крейтор* на *Пономаренко*, *Дерепа* на *Мудрий*, *Гнида* на *Гончаренко*, *Драний* на *Карнів*, *Дубина* на *Хмельницький*, *Котолуп* на *Котенко*, *Лоха* на *Луговський*, *Тупота* на *Турів*, *Москаль* на *Миргородський*, *Шмаркатюк* на *Кириченко*, *Брехунець* на *Опанасюк*, *Зануда* на *Слободян*, *Котолуп* на *Третяк*, *Брехуненко* на *Висоцький*, *Сопляк* на *Сорока*, *Прищ* на *Приходько*, *Жаба* на *Іванчук*, *Баба* на *Бабенко*, *Пида* на *Майборода*, *Щур* на *Кучман*, *Псар* на *Хмільовський*, *Тупиця* на *Туницька*, *Упир* на *Василенко*, *Хир* на *Грицькович*, *Дикий* на *Данченко*, *Бугай* на *Бородаєнко* та ін. [7]. Оскільки відновлення доонімної семантики прізвищ типу *Дурило*, *Козел*, *Шмаркатюк* породжує негативні конотації та асоціації, то сам факт їх заміни, очевидно, може позитивно впливати на естетичний потенціал українського антропонімікону та його еколінгвальний стан загалом.

Однак на підставі даних нашої картотеки можна стверджувати, що при заміні прізвищ в Україні пострадянської доби непоодинокими є випадки безпідставного вмотивування необхідності заміни прізвища естетичними міркуваннями. Тому далеко не всі випадки, коли в заявах причиною заміни прізвища називається його неблагозвучність, можна кваліфікувати як естетично мотивовані. Нерідко громадяни стереотипно вмотивовують необхідність заміни прізвища естетичними міркуваннями, проте справжня причина зміни прізвища інша. Так, М. Романюк виявила численні факти зміни прізвищ українських заробітчан після їх депортації з країн Західної Європи [5, с. 78]. Міністерство юстиції України також подає непоодинокі випадки заміни колоритних традиційних прізвищ типу *Українець*, *Квітень*, *Чорнобривець*, які їх носії чомусь кваліфікують як неблагозвучні. Естетичними мотивами пояснив потребу зміни імені та прізвища *Олександр Кравчук* на *Клоун Сміхось*. Мешканець Івано-Франківська Василь *Гуменюк* 2 жовтня 2009 р. змінив своє прізвище на Василь *Противсіх* і також пояснив цю причину естетичними міркуваннями. Усі ці приклади заміни прізвищ демонструють легковажне ставлення окремих мовців до своїх прізвищ, такі заміни не є належно вмотивованими, а тому не мають позитивного значення з погляду еколінгвістики.

Для більшості розрядів української пропріальної лексики проблема естетики імені має суто прикладне розв'язання, яке часто спирається більше на інтуїцію, мовне чуття, ніж апробовані лінгвістичні критерії. На цьому тлі вигідно вирізняються власні імена українців, стосовно яких в українському мовознавстві уже сформульовано конкретні принципи або рекомендації, скеровані на забезпечення необхідного їх естетичного рівня.

Естетика власної назви є невід'ємним елементом загальної еколінгвістичної картини українського ономастичного простору посттоталітарної доби. Недооціненість важливості проблеми естетичного стану українського ономастику спричинилася до появи численних онімів різних розрядів, які своєю структурою, джерельною базою або специфікою доонімної семантики ніяк не пов'язані з традиціями українського назовництва. Українські оніми посттоталітарної доби, які не відповідають естетичним критеріям української власної назви, негативно впливають на еколінгвальний стан українського ономастикону та української мови загалом. Пропаганда як апробованих засад естетики української власної назви, так і самих високоестетичних українських онімів має стати актуальним завданням українських мовознавців, зокрема лексикографів, стилістів, а також письменників та журналістів.

Еколінгвальний стан українського ономастикону пострадянського періоду залежить від цілого комплексу взаємозумовлених чинників екстралінгвального характеру. Соціально-культурне середовище пострадянської України, українське та міжнародне законодавство, вплив глобалізаційних тенденцій у мовно-культурній сфері, а також естетичні переконання та пріоритети мовців – головні чинники, що впливають на еколінгвальний баланс українського ономастикону досліджуваного періоду.

Названі екстралінгвальні чинники мають як позитивні, так і негативні наслідки впливу на еколінгвальний стан української онімійної системи пострадянської доби. Позитивний вплив на український ономастикон посттоталітарної доби та його еколінгвальний баланс зокрема мають такі позамовні чинники, як демократичні та правові засади побудови державного устрою України, лібералізм її економіки, орієнтація на надбання національної культури українців та культури національних меншин України. Відсутність чіткої та послідовної державної політики в гуманітарній сфері, брак механізмів контролю за дотриманням норм міжнародного та національного законодавства у сфері мовного будівництва, еkleктичність естетичних принципів творення онімів негативно позначаються на еколінгвальному стані сучасної української онімії.

#### Література:

1. Белей О. Сучасна українська ергонімія: власні назви підприємств Закарпаття / Белей О. – Ужгород, 1999. – 111 с.
2. Єрмоленко С. Нариси з української словесності (стилістика і культура мови) / Єрмоленко С. – К. : Довіра, 1999. – 430 с.
3. Куліш А. Спогади про Миколу Куліша // М. Г. Куліш. Твори: у 2 т. / А. Куліш. – К., 1990. – Т. 1. – 1990. – С. 726-738.
4. Культура української мови. – К. : Наукова думка, 1990.
5. Романюк М. І. Соціально зумовлені інновації в ономастиконі Закарпаття кін. ХХ – поч. ХХІ ст. / Романюк М. І. Ужгород : Гражда, 2007. – 124 с.
6. Чучка П. П. Сучасні процеси у класі прізвищ / П. П. Чучка // Spoločenské fungovanie vlastných mien. Slovenská onomastická konferencia. – 1980. – № 7. – S. 219-227.
7. [http // www.just.gov.ua](http://www.just.gov.ua)

Сурмач О. Я.,  
КНУ імені Тараса Шевченка, Військовий інститут, м. Київ

## АСОЦІАТИВНИЙ ЕКСПЕРИМЕНТ ТА ВЕРБАЛЬНІ АСОЦІАЦІЇ У ПСИХОЛІНГВІСТИЧНИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ

*Ця стаття присвячена дослідженню асоціативного експерименту та вербальних асоціацій у сучасній психо-лінгвістиці, охарактеризовано їх завдання, описано та систематизовано історію дослідження асоціацій у лінгвістиці.*

**Ключові слова:** асоціативний експеримент, асоціація, психолінгвістика, асоціативне поле.

*Эта статья посвящена исследованию ассоциативного эксперимента и вербальных ассоциаций в современной психолингвистике, охарактеризована их задача, описана и систематизирована история исследования ассоциаций в лингвистике.*

**Ключевые слова:** ассоциативный эксперимент, ассоциация, психолингвистика, ассоциативное поле.

*This article is dedicated to the analysis of the associative experiment and verbal associations in modern psycholinguistics; their task is determined; the history of the association analysis in linguistics is described and classified.*

**Key words:** associative experiment, association, psycholinguistics, association filed.

Асоціативність є однією з ознак творчого мислення людини. Лінгвостилістичне осягнення сутності даного поняття ґрунтується на теорії про властивості, природу та зв'язки асоціацій у філософії, психології, психолінгвістиці, семасіології. Кожна з цих галузей обирає свій аспект опису цього поняття й формує свій предмет вивчення.

З погляду лінгвістики тексту асоціації розглядають як актуалізовані в свідомості читача зв'язки між елементами лексичної структури тексту та співвідносними з ними явищами дійсності або свідомості [2, с. 127]. Механізм формування мовних асоціацій досить складний. Поки не існує односпайного погляду на питання про чинники, що домінують у процесі виникнення асоціативних зв'язків між словами. Одні вчені (Г. Щур, Б. Плотников) вважають, що в основі виникнення асоціацій лежать об'єктивний та соціальний досвід індивідуума, інші вказують на їх психічний характер (Ф. Галтон, В. Вундт) або на залежність від культурно-історичних традицій народу (А. Сахарний, А. Залевська).

Велика увага приділена вивченню асоціацій та асоціативного експерименту з погляду психології, де асоціації розглядаються як закономірний зв'язок двох або кількох психічних процесів (відчуттів, уявлень, думок, почуттів тощо), виражених у тому, що поява одного викликає появу іншого психічного процесу [10, с. 24].

На нашу думку, варто говорити про комплекс умов, які спричиняють появу словесних асоціацій, оскільки асоціація, як зв'язок між певними об'єктами або явищами, ґрунтується особистому, суб'єктивному, досвіді людини, що збігається з досвідом тієї культури, до якої належить мовець.

Словесні асоціації є результатом сприйняття індивідуумом об'єктивної дійсності через призму власного життєвого досвіду, його культурного й соціального рівня, належності до певної етнічної групи. Тому виникнення тієї чи тієї реакції на слово-стимул, на нашу думку, може зумовлюватися будь-яким з вище названих чинників. Проте, у певній мовній ситуації один з принципів домінує. Так, ще Ш. Баллі зазначав, що «людська думка постійно коливається між логічним сприйняттям та емоцією, ми або розуміємо, або відчуваємо; найчастіше наша думка складається водночас із логічної ідеї і почуття. І хоча ці два елементи можуть поєднуватись у різноманітних пропорціях, все ж у кожному конкретному випадку переважає щось одне: або логічне сприйняття, або почуття. Наша думка в одних випадках буде мати логічну домінанту, а в інших емоційну» [1, с. 182].

В основу деяких психолінгвістичних класифікацій покладено чинники виникнення словесних асоціацій. Наголошуючи на необхідності диференційного підходу до визначеної проблеми, Г. Щур розмежовує онтологічні, психологічні та емпіричні асоціації. Перші визначені соціальним досвідом індивідуума і групують елементи, що мають спільні властивості або характеристики з погляду відображення їх у свідомості індивідуума. Такі асоціації відтворюють парадигматичний аспект явищ або способів існування елементів. Емпіричні асоціації лежать в основі угруповань елементів відповідно до суб'єктивного досвіду індивідуума й так званих парадигматичних і синтагматичних асоціацій. До психологічних Г. Щур відносить так звані «індивідуальні» або «випадкові» асоціації та консоціації [13]. Деякі дослідники (Г. Склярєвська, А. Попова, О. Тодор) розмежовують асоціації, що репрезентують ознаки, які об'єктивно властиві предмету, але не знаходять відображення в денотативному значенні слова, й асоціації, що відбивають певне психологічне враження, яке асоціюється психологічно з іншою реалією.

В. Телія розглядає три типи асоціацій: національно-культурні, що притаманні носіям певної етнолінгвокультури; загальнокультурні, які є універсальними для носіїв різних мов; та індивідуально-авторські, або суб'єктивні [12, с. 91].

До пояснення особливостей утворення асоціацій як мисленнєвого процесу і творчої основи створення художніх образів звертався М. Ломоносов. Він констатував факт поєднання слів у певні ланцюги, ланки яких представлені парними сполуками (*корабель – море, море – буря*), а їх порядок і розташування зумовлені уявою митця [7, с. 157].

О. Потєбня вважав асоціативність одним з основоположних чинників утворення рядів уявлень: «Асоціативність полягає в тому, що різноманітні сприйняття <...> не знищують взаємно свою самостійність <...>, а залишаючись самі собою, зливаються в одне ціле» [9, с. 136]. Спираючись на дослідження В. Гумбольдта, учений відзначив, що формування й способи вираження асоціацій мотивуються належністю індивідуума до певного ет-

нокультурного об'єднання та до людства в цілому. Акумулюючи досвід свого народу, мовець пропускає його через призму суб'єктивізму [9, с. 195]. Тому й будь-який асоціативний процес має суб'єктивний характер, в основі якого лежить об'єктивна дійсність [9, с. 143].

Розглядаючи історію розвитку асоціативних досліджень у психолінгвістиці, О. О. Залевська виділяє чотири етапи. Перший датується 1879-1910 рр., починаючи з експериментів Гальтона (1879) і до виникнення у 1910 р. першого списку асоціативних норм англійської мови, відомого як норми Кент-Розанова [14]. Вчені провели вільний асоціативний експеримент на матеріалі спеціально складеного списку зі 100 слів, залучивши 1000 респондентів. Другий етап закінчується приблизно 1954 роком, коли виходять «Повні Міннесотські норми» [15]. Тут кількість респондентів сягала 1008 осіб, а як стимули використовувались слова зі списку Кент-Розанова. Цей етап характеризується сильним впливом, з одного боку, ідей біхевіристської психології, що зводила зв'язок всередині асоціативної пари до виключно механістичного зв'язку між стимулом і реакцією, а з іншого – чіткою прагматичною спрямованістю. Асоціації вивчалися з точки зору психіатрії, психоаналізу і т.д. Третій етап асоціативних досліджень пов'язаний із переміщенням центру досліджень на проблеми, пов'язані із мовленнєвою діяльністю людини та формуванням її мовної здатності. У цей час (60-70-ті рр.) з'являється велика кількість словників асоціативних норм різних мов.

Ефективність застосування методик вільного асоціативного експерименту разом із методикою дослідження лексики відзначало багато мовознавців. Асоціативний підхід до вивчення лексичної семантики свого часу високо оцінив О. О. Леонтьєв, який відзначав «принципову єдність психологічної природи семантичних та асоціативних характеристик слів» [6, с. 168].

Асоціативний експеримент – це «виявлення зв'язків уявлень, які зумовлені попереднім досвідом і завдяки яким одне уявлення, що з'являється у свідомості, викликає на основі схожості, суміжності або протилежності інше» [5:45]. Методика асоціативно-змістового експерименту часто застосовується для дослідження асоціативного поля концептів. Вона дає змогу виявити сукупність парадигматично та синтагматично пов'язаних вербальних репрезентантів концептів у тексті, а також систему породжених ними асоціацій [3, с. 90].

«Поле» реакцій, отриманих на слово-стимул, дає підстави трактувати психологічну структуру значення базового слова як комплексне явище, що характеризується низкою параметрів, зокрема тих, у яких чітко простежується певна емоційність.

Асоціації в межах асоціативно-змістового поля розподіляються за певними напрямками, утворюючи паралелі. Асоціативні паралелі – це закономірні зв'язки, котрі виникають у процесі мислення між елементами психіки, в результаті яких поява одного елемента в певних умовах викликає образ іншого, пов'язаного з ним. Інакше кажучи – це зв'язки між окремими явищами, фактами чи предметами, котрі відображені у свідомості та закріплені у пам'яті особистості.

Формування асоціацій – це складний психофізіологічний процес, адже передбачає зв'язок між окремими нервово-психічними актами, думками, уявленнями, почуттями особистості. Будь-яке слово, сказане, прочитане або почуте, приводить в дію величезний механізм асоціативних зв'язків, який формує певний образ. Утворюючи асоціації, людина виявляє своє бачення дійсності крізь призму індивідуальної асоціативної картини світу, що формується в період її становлення в певному соціальному, культурному, ментальному та лінгвістичному просторі, що закарбовується у її підсвідомості.

Асоціативна паралель, тобто «співвіднесеність ключового слова з одним текстовим змістом» [4, с. 26], формується навколо базового елемента й асоціацій, які є його «змістовими корелятами» [8, с. 50]. Проведення асоціативного експерименту передбачає кілька етапів:

1) побудова асоціативного поля. На цьому етапі респондентам пропонується написати перше слово, яке спадає на думку, як реакцію на певний стимул. Жодних обмежень на реакції немає;

2) статистика кількісних показників отриманих реакцій. Після проведення експерименту спочатку підраховується загальна кількість реакцій на запропоноване слово-стимул. Виокремлюються ті, які збігаються;

3) когнітивна інтерпретація асоціатів. Виділені на попередньому етапі реакції згрупповуються за окремими когнітивними ознаками. Слова-асоціати виконують тут функцію мовних засобів вербалізації;

4) когнітивно-психолінгвістична інтерпретація досліджуваного концепту. Виділені когнітивні шари формують зміст концептів, які виступають об'єктом аналізу. Під когнітивним шаром ми розуміємо сукупність когнітивних ознак, які відображають дискретну одиницю концепту певного рівня абстракції, що має мовні способи об'єктивації (слово, словниковий ряд, фразеологічні одиниці). Когнітивна ознака – це мінімальний структурний компонент концепту, який відображає його певну рису [11, с. 131];

5) побудова моделі асоціативного поля.

Асоціативні дослідження в основному спрямовані на пошук концептуальної та семантичної структури пам'яті людини. Асоціативні методики застосовуються в психодіагностиці при виявленні патологічних і афективних психічних станів, порушеннях мовлення, вивченні функціональної асиметрії мозку. Вербальні асоціації, пройшовши довгий шлях досліджень від філософії та психології до лінгвістики, знайшли своє місце у психолінгвістичних дослідженнях. На сьогодні активно здійснюються міжкультурні асоціативні дослідження. В українському мовознавстві вони активно розвиваються, а тому виникає потреба комплексного та систематичного опису розвитку таких досліджень.

#### Література:

1. Балли Ш. Общая лингвистика и вопросы французского языка / Ш. Балли. – М. : Изд-во иностр. лит., 1955. – 416 с.

2. Болотнова Н. С. Об основных понятиях и категориях коммуникативной стилистики текста / Н. С. Болотнова // Вестн. РГНФ. – 2001. – № 3. – С. 123-131.
3. Быдина И. В. Концепт «Творчество» в идиостиле Виктора Сосноры / И. В. Быдина // Культурные аспекты в языке и тексте: Сб. науч. тр. – Белгород : Изд-во БелГУ, 2005. – С. 86-93.
4. Карпенко М. С. Анализ межтекстовых ассоциативно-смысловых полей в аспекте идиостиля (на материале поэзии Н. Гумилева) / М. С. Карпенко // Коммуникативно-прагматические аспекты слова в художественном тексте. – Томск : Изд-во ТГУ, 2000. – С. 23-34.
5. Климова Л. А. Ассоциативное значение слов в художественном тексте / Л. А. Климова // Филологические науки. – 1991. – №1. – С. 45-54.
6. Леонтьев А. А. Язык, речь, речевая деятельность / Алексей Алексеевич Леонтьев. – М. : Просвещение, 1969. – 214 с.
7. Ломоносов М. В. Избранные произведения : в 2 т. / М. В. Ломоносов. – М. : Наука, 1986. – Т. 2: История. Филология. Поэзия. – 494 с.;
8. Ніконова В. Г. Художні концепти в трагедіях Шекспіра: методика ідентифікації / В. Г. Ніконова // Вісник Черкаського нац. ун-ту ім. Б. Хмельницького. Сер. Філол. науки. – Черкаси, 2005. – № 69. – С. 47-55.
9. Потебня А. А. Эстетика и поэтика / А. А. Потебня. – М. : Искусство, 1976. – 614 с.
10. Психологический словарь / под ред. В. В. Давыдова и др. – М. : Педагогика, 1983. – С.24-26.
11. Рудакова А. В. Объективация концепта «быт» в лексико-фразеологической системе русского языка: дисс. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / Рудакова Александра Владимировна. – Воронеж, 2003. – 213 с.
12. Телия В. Н. Коннотативный аспект семантики номинативных единиц / В. Н. Телия. – М. : Наука, 1986. – 143 с.
13. Щур Г. С. О типах лексических ассоциаций в языке / Г. С. Щур // Семантическая структура слова: Психолингвистические исследования. – М. : Наука, 1971. – С. 140-151.
14. Kent G. H., Rosanoff A. J. A study of association in insanity // Americal Journal of Insanity. – 1910. – v. 67. – P. 37-97.
15. Russel W. A., Jenkins J. J. The complete Minnesota Norms for Responses to 100 Words from Kent-Rosanoff Word Association Test. – Minneapolis, 1954.



Аладько Д. О.,

Рівненський інститут слов'янознавства, кандидат філологічних наук, в. о. доцента кафедри романо-германських мов та перекладу

## ВИКОРИСТАННЯ НАЗВ ПОСУДУ НА ПОЗНАЧЕННЯ ЧАСТИН ТІЛА ЛЮДИНИ В АНГЛІЙСЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ МОВАХ

Стаття присвячена розгляду розвитку вторинної номінації назв посуду англійській та українській мовах.

**Ключові слова:** номінація, вторинна номінація, метафора.

В статье рассматриваются проблемы вторичной номинации названий посуды в английском и украинском языках.

**Ключевые слова:** номинация, вторичная номинация, метафора.

The article deals with the problems of second nomination of kitchenware names in the English and Ukrainian languages.

**Key words:** nomination, second nomination, metaphor.

Аналіз мотиваційних моделей та розвитку вторинної номінації є важливою складовою частиною сучасних лінгвістичних досліджень. Вивчення механізмів номінації та перехресних зв'язків різних лексико-семантичних груп набуває особливої значущості в світлі антропоцентричної парадигми дослідження мовних одиниць. Явище мотивації та теорія номінації є в центрі уваги багатьох вітчизняних та зарубіжних дослідників (О. О. Тараненко, І. О. Голубовська, О. О. Селіванова, С. М. Толстая, Н. Д. Арутюнова, Ю. Д. Апресян, Є. С. Кубрякова, В. Н. Телія, М. Е. Рут та інші).

**Актуальність** даної розвідки полягає в тому, що номінації артефактів, зокрема посуду, потребують детального вивчення у зіставному аспекті з метою виявлення засобів семантичної і словотвірної деривації, їх образних та епідигматичних зв'язків.

**Об'єктом** II обрано назви посуду в англійській та українській мовах. **Метою** статті є дослідження розвитку вторинної номінації назв посуду, що використовуються на позначення людини та частин тіла людини. У статті реалізуються такі **завдання**: виявити та проаналізувати шляхи виникнення нових лексико-семантичних варіантів, що є результатом семантичної динаміки назв посуду в українській та англійській мовах.

Предмети посуду в обох зіставлюваних мовах є джерелом регулярного метафоричного перенесення на позначення частин тіла людини.

Англійські найменування *pot* «кишечник» [12, с. 63]; *pail, beer barrel* сленг. «живіт» [13] використовують номінацію посуду для позначення живота людини. Асоціація повної особи з умістищем експлікується і в найменуваннях *tub, tub of lard* «повна людина» [14, с. 719]; *kettle-bellied* «товстий» [11, 59]; *flacket* «повна жінка в вільному одязі» (від *flacket* «пляшка опуклої форми») [15, с. 448]; *barrel* сленг. «повна людина» [13]; барила «огрядна людина» [6, с. 70]; кавуш «жінка» (від діал. «видовбаний дерев'яний посуд») [4, с. 88]. Діжка вважається ознакою огрядності, неповороткості [5, с. 189].

Повнота людини як подібність до глечика, горщика, барила реалізується також у відіменникових прикметниках барилкуватий, діжистий, діжкуватий [3, с. 30; с. 390]; *tubby* «товстий» (від *tub* «діжа») [15, с. 332]; *urceolate* «глекоподібний, з великим тілом» (від лат. «глек») [15, с. 333]. Асоціацією тіла, черева, повноти людини із предметом посуду мотивуються і українські компаративні фразеологізми котиться як баривка «невелика й товста людина, яка швидко рухається» [10, с. 13]; ходє неначе ступа «дуже повільно» [10, с. 148]; грубий як кадовб [10, с. 62]; товстий як бодня [10, с. 18]; обдусь як барило «розтовстів»; товстий, як бочка [9, с. 179]. «Тезаурус традиційних англійських метафор» наводить речення, в якому процес втрати ваги людиною порівнюється із переходом від більшого вмістища до меншого: *He has dwindled down from a pot to pipkin*, уподібнюючи повну людину до *pot* «горщик», а після схуднення – до *pipkin* «горщечок» [15, с. 333].

Зазначаючи, що регулярність є характерною рисою метонімії, В. Г. Гак стверджує, що і метафора може бути системною, мати однаковий механізм як у споріднених, так і в різноструктурних мовах. Спираючись на гіпотезу Г. Шпербера, вчений говорить, що якщо певне коло ідей має велике значення в житті суспільства і одне зі слів цього кола ідей змінило своє значення, інші слова того ж семантичного поля також наслідують йому, відбувається іррадіація синонімів. Завдяки цьому в російській мові для позначення голови використовуються назви посуду: котелок, черепок. Такі ж зрушення спостерігаються й у французькій мові: *carafe, carafon, cafetiere, bouillotte, tirelire* [1, с. 27, с. 114]. Подібного роду семантичні зміни відбуваються і в зіставлюваних англійській та українській мовах. Українські макітра, казан, чайник, баняк і в літературній мові, і в діалектах набувають значення «голова людини» і, у цьому значенні, функціонують у фразеологічних одиницях та пареміях. Порівняння голови з посудиною реалізуються і в компаративних фразеологізмах голова як пляшка «лисий» [10, с. 118]; голова як коряк недодовбаний (виварка, довбня, макотра, порожній горнець, пустий макотерт) «головатий» [10, с. 38]. Англійська НП *mug* [7] також вживається для позначення голови людини. Асоціація гладкої поверхні кухонного начиння та інших речей з лисою головою також підтверджується існуванням народного забобону – не облизувай ложки товкача, бо лисий будеш [8, с. 124]; ни ублезувай варцюха (макогона), бо чулувік буде лисий [6, с. 81].

Асоціація голови з макітрою, казаном спричиняє порівняння частин голови із предметами посуду та їх частинами. Обличчя людини в англійській лінгвокультурі може порівнюватись із кастролюю, сковородою *face like a pan-mug*, *face as big as a baking-trendle* (*trendle* діал. «підна діжа») [15, с. 332], *dead pan* «невизначне обличчя» [7]. Круглий, плаский тип обличчя людей азіатського походження мотивує порівняння з тарілкою: *plate-face* [13]. Асоціація обличчя з предметом посуду стає мотиваційною основою і для інших британських сленгових виразів: *pan* «обличчя»; *beetroot mug* «червоне (бурякове) обличчя»; *to scrape the mug* «голитись»; *mug book* «поліцейська збірка портретів злочинців»; *mug shot* «поліцейський фотограф» [13].

Вимушена чи крива посмішка на обличчі асоціюється в англійській мовній свідомості з розколотою тарілкою: *simper like a riven dish (a kettle)* «посміхатись вимушено, ледь-ледь» [15, с. 335].

Англійські НП корелюють з укр. діал. рашка «велике, кругле, повне обличчя» (від «мілка дерев'яна посудина») [6, с. 206]. Зазначені найменування, як в англійській, так і в українській мовах, є стилістично маркованими і позначаються в словникових статтях як іронічні, зневажливі (українське рашка, наприклад, ілюструється таким чином: «всюди тую свою рашку встромить, ото рашку субі нажев» [6, с. 206]). Негативну конотацію має і стійке народне порівняння як полумисок «пикатий» [10, с. 115]. Чоло людини також може уподібнюватись до вмістища: Лоб – відро ціле, Є такий лоб, як відро [9, с. 179].

Очі людини також можуть асоціативно пов'язуватись із предметом посуду. В англійській мові зафіксовані номінації, які ототожнюють великі витрішкуваті очі із блюдцем: *saucer eyes* «великі очі» [2, с. 835]; *saucer eyed* «з великими очима» [15, с. 335]. Той самий мотив номінації відзначимо в компаративних фразеологізмах *eyes like saucers* [14, с. 197]; *round as saucers (of wide-open eyes)* [15, с. 335]. Витришкуватість очей людини вербалізується і в порівнянні з глечиком: *gotch-eyed* «опуклі, витришкуваті очі» (від *gotch* «глек») [15, с. 333]. Із наведеними англ. НП корелює українська назва баньки, яка використовується і в стійкому народному порівнянні витрищив очі як баньки [10, с. 104].

Англійська номінація *jug handles* [266] вербалізує уподібнення ручок глечика до вух людини. Зі слуховим сприйняттям, глухістю людини пов'язане і українське порівняння глухий як довбня вільхова «зовсім глухий» [10, с. 48].

Предмети посуду ототожнюються і з ротом людини: *shut one's pan* «замовкнути» [7]; *plug the mug* «припинити балачки» [13]. У специфічному контексті (сценарій вживання спиртних напоїв, похмілля) до предмета посуду може уподібнюватись і горло людини: *hot coppers* «горло пересохло з похмілля» [2, с. 506]; *cool one's coppers* «похмелятись» [7].

Крива шия, через покручену форму та негнучкість, в англійській мові пов'язується з шийкою глечика, пляшки: *jar-necked* «кривошия людина» [15, с. 333].

Проведений аналіз дозволяє стверджувати, що в обох досліджуваних мовах назви номінації посуду тісно пов'язані з концептуальною сферою «людина», використовуються для позначення та опису людини в цілому та частин тіла людини. Перспективою подальшого дослідження є вивчення перехресних зв'язків назв посуду з іншими лексико-семантичними групами, залучення лексичного матеріалу інших мов.

#### Література:

1. Гак В. Г. Сопоставительная лексикология / Владимир Григорьевич Гак. – М. : Международные отношения, 1977. – 264 с.
2. Баранцев К. Т. Англо-український фразеологічний словник / Костянтин Тимофійович Баранцев. – К.: Знання, 2005. – 1056 с.
3. Грінченко Б. Д. Словарь української мови: у 4 т. / Борис Дмитрович Грінченко. – К. : Вид. АН УРСР, 1958-1959. – Т. 1 – 1958. – 495 с.; – Т. 2 – 1958. – 574 с.
4. Гуцульські говірки. Короткий словник / [відп. ред. Я. Закревська]. – Львів : Обласна книжкова друкарня, 1997. – 232 с.
5. Жайворонок В. В. Знаки української етнокультури: словник-довідник / Віталій Вікторович Жайворонок. – К. : Довіра, 2006. – 704 с.
6. Корзюнок М. М. Матеріали до словника західноволинських говірок / М. М. Корзюнок. // Українська діалектна лексика. Збірник наукових праць / [ред. кол. І. Г. Матвіяс, П. Ю. Гриценко, Н. П. Прилипка]. – К. : Наукова думка, 1987. – С. 62-267.
7. Кунин А. В. Большой англо-русский фразеологический словарь / А. В. Кунин. – [Електронний ресурс] // АBBYY Lingvo 12 [Електронний ресурс] : електронний словарь. – 4,7 Gb. – АBBYY Software, 2006. – 1 електрон. опт. диск (DVD-ROM); 12 см. – Систем. вимоги: Pentium; 32 Mb Ram; Windows 98, 2000, XP. – Назва з контейнеру.
8. Прислів'я, прикмети та повір'я українського народу / [уклад. Н. Кусайкіна]. – Х. : ВД Школа, 2008. – 128 с.
9. Українські приказки, прислів'я і таке інше / [укл. М. Номис / упоряд., прим. М. М. Пазяка]. – К. : Либідь, 2004. – 350 с.
10. Юрченко О. С. Словник стійких народних порівнянь / О. С. Юрченко, А. О. Івченко. – Харків : Основа, 1993. – 176 с.
11. Patterson W. H. A glossary of words in use in the counties of Antrim and Down / W. H. Patterson. – London : Trubner, 1880. – 118 p.
12. Pearse Chope R. The dialect of Hartland / R. Pearse Chope. – London : Trubner, 1891. – 124 p.
13. Probert Encyclopaedia of slang. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.probertencyclopaedia.co.uk>
14. Spears R. Dictionary of American idioms and phrasal verbs / R. Spears. – NY : McGraw Hill, 2005. – 1080 p.
15. Wilkinson P. R. A thesaurus of traditional English metaphors / P. R. Wilkinson. – London; New York : Routledge, 1993. – 490 p.

Бенкендорф Г. Д.,

Кам'янець-Подільський національний університет ім. Івана Огієнка, м. Кам'янець-Подільський

## ПРОСТОРОВО-ЧАСОВИЙ КОНТИНУУМ НАЦІОНАЛ-СОЦІАЛІСТИЧНОГО МАКРОТЕКСТУ

*У статті досліджуються складники націонал-соціалістичного макротексту – простір і час, які зі свого боку визначають його територіальний та темпоральний параметри. Дослідження проводиться на матеріалі виступів і промов функціонерів НСДАП.*

**Ключові слова:** мова НСДАП, макротекст, простір, час, просторово-часовий континуум, ретроспекція, проспекція.

*В статье исследуются составляющие национал-социалистического макротекста – пространство и время, которые определяют его территориальный и темпоральный параметры. Исследование проводится на материале выступлений партийных функционеров НСДАП.*

**Ключевые слова:** язык НСДАП, макротекст, пространство, время, пространственно-временной континуум, ретроспекция, проспекция.

*The article deals with the space and time as the constituents of the national-socialist macrotext. Space and time determine its territorial and temporal indicators. The investigation is carried out on the speeches of NSDAP functionaries.*

**Key words:** NSDAP language, macrotext, space, time, space-time continuum, retrospection, prospection.

Текст традиційно вважається в лінгвістиці кінцевою одиницею в ієрархії мовленнєвих одиниць. Однак, на нашу думку, можлива масштабніша одиниця зі складнішою структурною організацією ніж текст. Цю одиницю будемо іменувати макротекст. Під макротекстом розуміємо сукупність відповідних текстів, які об'єднуються за певними показниками. Буде правомірним вказати, що макротекст вважається місцем і водночас умовою існування концептів націонал-соціалістичної картини світу. Далі будемо іменувати цей макротекст тоталітарним макротекстом і використовувати цей термін як робочий.

Межі тоталітарного макротексту мають відносний характер; вони можуть змінюватися і це залежить від цілей, завдань і наукових позицій дослідника. В цьому дослідженні макротекст розглядається як сукупність індивідуальних і колективних текстів, авторами яких є представники верховної влади в Німеччині часів націонал-соціалізму (1933 – 1945).

Щодо лінгвістичної дефініції поняття макротекст ми вважаємо для себе прийнятним визначення Н. А. Купіної. На позначення цього поняття нею використовується термін свертхтекст. «Свертхтекст – це сукупність висловлювань, текстів, які обмежені темпорально і локально, поєднані ситуативно і за змістом, характеризуються цільною модальною настановою, достатньо визначеними позиціями адресата та адресанта, особливими критеріями нормального і аномального» [1, с. 53].

На макротекст поширюються ті ж самі категоріальні признаки, що вони притаманні тексту як мовленнєвій одиниці: 1) цілісність, 2) дискретність, 3) розгорнутість [2, с. 4]. Покладені в основу макротексту показники дають підстави стверджувати, що ця мовленнєва одиниця є цілісним утворенням. Йдеться про такі ознаки як ретроспекція, проспекція, модальність.

Таким чином, об'єктом нашого дослідження є націонал-соціалістичний макротекст, або макротекст націонал-соціалістичної німецької робітничої партії (НСДАП). Предмет дослідження – просторово-часовий континуум як провідна категорія макротексту. За допомогою просторово-часового континууму аналізуються два взаємопов'язаних аспекти: 1) онтологічний, де мова іде про об'єктивні час і простір, в яких існує макротекст і 2) гносеологічний, тобто специфічне відображення в ідеологічних концептах усього історичного процесу разом з відображенням простору і часу, в яких перебувають ідеологічні концепти. Макротекст тоталітарної НСДАП є водночас мовним середовищем для існування ідеологічних концептів націонал-соціалізму.

Якщо скористатися загально відомим трикутником Огдена-Ричардса (денотат – поняття – мовний знак) то відношення будуть виглядати у такий спосіб: історично-політична ситуація в країні в першій половині ХХ сторіччя (денотат) транспонується в суспільній свідомості в ідеологічний симбіоз, а саме поєднання просторово-часового континуума із взаємозв'язками / взаємодіями суб'єктів історії, що перебувають в цьому просторово-часовому континуумі (поняття). І, нарешті, це поняття маніфестується в макротексті, складній мовно-мовленнєвій одиниці.

Схематично просторово-часовий континуум в націонал-соціалістичному макротексті має певну точку відліку. Такою точкою виявляється 1919 рік – рік ідейно-організаційного оформлення націонал-соціалістичної ідеології, тобто рік заснування НСДАП. Протягом 14 років (1919-1933) націонал-соціалістичний макротекст функціонує в межах територіального простору Німеччини як Великонімецької імперії (Grossdeutsches Reich). Після 1933 року починається розширення державних територій Німеччини: в 1935 році до Німеччини приєднується Саарська область, в 1938 – Судети і Австрія, в 1939 – Польща, в 1941 – Україна і Прибалтика. В мові НСДАП виявляються декілька синонімів на позначення імперії – *das Deutsche Reich, das Dritte Reich, das Großdeutsche Reich, das Reich der Freiheit und der Ehre, das Deutsche Reich der Größe und der Ehre, das deutsche Vaterland*.

Ареал функціонування мови НСДАП поширюється у міру збільшення територіального простору Німеччини після 1933 року серед німецькомовних соціальних груп на приєднаних територіях. Мовний ареал НСДАП не збігається з державними кордонами імперії, але наявним є певний ідеологічний вплив на іншомовні етноси.

Час функціонування мови НСДАП не збігається з періодом панування націонал-соціалістичного режиму. Мова НСДАП народжується і формується разом з ідеологією націонал-соціалізму. Таким чином, дата виникнення мови НСДАП приблизно збігається з датою виникнення самої партії, тобто 1919-м роком. Активно функціонувати мова НСДАП перестав після краху панівного режиму.

Отже, макротекст організовано темпорально і локально, інакше кажучи, він містить у собі сукупність хронологічно впорядкованих текстів, складових макротексту, створених у певний проміжок часу, тобто проміжок історії, вимірюваний в таких одиницях як рік, місяць, день.

З другого боку, становить науковий інтерес питання про те, як виглядають в макротексті НСДАП складники тогочасної картини світу – простір і час. Схематично просторово-часовий континуум мови НСДАП має такий вигляд:



В націонал-соціалістичній картині світу das Deutsche Reich зберігає спадкоємність з Прусією і кайзерівською Німеччиною, з духом і традиціями минулого. Історична ретроспектива персоніфікується в постаті райхспрезидента Пауля фон Гінденбурга.

*«Der Ort, an dem wir uns versammelt haben, mahnt uns zum Rückblick auf das alte Preußen, das in Gottesfurcht, durch pflichttreue Arbeit, nie verzagenden Mut und hingebende Vaterlandsliebe groß geworden ist und auf dieser Grundlage die deutschen Stämme geeint hat. Möge der alte Geist dieser Ruhmesstätte auch das heutige Geschlecht beseelen, möge er uns frei machen von Eigensucht und Parteizank und uns in nationaler Selbstbestimmung und seelischer Erneuerung zusammenführen zum Segen eines in sich geeinten, freien, stolzen Deutschlands» [P. von Hindenburg 21. 3. 33 Potsdam, zit. nach 3, s. 77].*

*«... eine Stimmung, wie sie nur mehr zu vergleichen ist mit jenem August 1914, da ebenfalls eine Nation aufgebrochen ist, alles was sie besaß, zu verteidigen. Der 30. Januar wird in der deutschen Geschichte als der Tag bezeichnet werden, da die Nation sich wieder zurückgefunden hatte, da eine neue Nation aufbrach und abtat alles an Qual, Schmach und Schande der letzten vierzehn Jahre» [H. Göring, 30. 1. 1933, zit. nach 3, s. 68].*

Історичний період Веймарської республіки однозначно розглядається як ланка, що випала з німецького історичного континууму, як своєрідний звих, який перервав зв'язок часу. В звинувачувальних промовах А. Гітлера, Й. Геббельса, Ф. фон Паппена цей період висвічується так:

*«... über 14 Jahre sind vergangen, seit dem unseligen Tage, da von inneren und äußeren Versprechungen verblendet, das deutsche Volk der höchsten Güte unserer Vergangenheit, des Reiches, seiner Ehre und seiner Freiheit vergab und dabei alles verlor. Seit diesen Tagen des Verrates hat der Allmächtige unserem Volk seinen Segen entzogen. Zwietracht und Haß hielten ihren Einzug... das Ergebnis ist ein Trümmerfeld» [A. Hitler, 1. 2. 1933, Rundfunk, zit. nach 3, s. 70].*

*«Wohin haben sie in den 14 Jahren Deutschland geführt? Die Staatsfinanzen erst in Ordnung gebracht, die ungeheueren Kriegsrohstoffe in wenigen Jahren vergeudet. Von Milliardensummen blieb keine Mark übrig. Sie beginnen dann das Verbrechen der Inflation, und nachdem sie mit diesem neuen Raubzug unter ihren Ministern Hilperging und Genossen die Nation ruinierten, setzt Zinswucher ein. Unerhörte Wucherzinsen, die in keinem Staat früher straflos hätten genommen werden dürfen...*

*... (und) damit beginnt nun weiter die Vernichtung der Produktion, die Vernichtung durch diese marxistischen Wirtschaftstheorien an sich und dann durch den Wahnsinn einer Steuerpolitik, der das übrige noch besorgt. Und nun sehen wir, wie Stand um Stand zusammenbricht... der Mittelstand allmählig verzweifelt, Hunderttausende von Existenzen ausgelöscht werden, Jahr für Jahr, Zehntausende von Konkursen, Hunderttausende von Zwangsversteigerung stattfinden, und das frißt das hinüber auf den Bauernstand, der beginnt zu verelenden. Der fleißigste Stand im ganzen Volk, er geht zugrunde, kann nicht mehr existieren, und dann greift es endlich zurück wieder nach der Stadt, und die Arbeitslosenarmee beginnt nun zu wachsen: Eine, zwei, drei Millionen, sieben Millionen. Heute mögen es sieben bis acht Millionen tatsächlich sein. Sie haben vernichtet, was sie vernichten konnten... [A. Hitler, 10. 2. 1933 Berlin, Sportpalast, zit. nach 3, s. 70].*

*«... Was sie unserem Volk an materiellen Gütern zerstört haben, kann man in einem Wort ausdrücken: Alles! Sie konnten nicht mehr vernichten, als sie vernichtet haben. Daß sie aber die deutsche Nation außerdem vor der ganzen übrigen Welt politisch entwürdigten, indem sie sie in dutzende lächerliche Gruppen spalteten, ist schlimmer als ihre wirtschaftliche Vernichtung. 13 Jahre lang hat uns die Welt beurteilt nach der Qualität dieser Verderber Deutschlands. 13 Jahre sind wir in den Augen der anderen Welt eine würdelose Nation gewesen, 13 Jahre lang ein Volk, mit dem man umspringen konnte, wie man wollte. Und es war nicht anders denkbar, wenn sie die Zerrissenheit sich vor Augen halten, in die dieses System die deutsche Nation geworfen hat... [A. Hitler, 24. 7. 1932 Berliner Stadion, zit. nach 3, s. 60].*

*«Ich will nur, Volk, daß Du gerecht bist. Du sollst ein Urteil abgeben über die vergangenen 14 Jahre der Schmach, der Schande, des Verfalls und der nationalpolitischen Demütigung. Und Du sollst darüber entscheiden, ob die Männer und Parteien, die für diese 14 Jahre verantwortlich gemahnt werden müssen, noch weiterhin das Recht besitzen, die Macht und die Verwaltung in ihren Händen zu behalten... [J. Goebbels, 24. 7. 1932 Berlin, Sportpalast, zit. nach 3, s. 61].*

*«... Es widerspricht allen Grundsätzen der vor der Linken so oft zitierten Demokratie, wenn man das deutsche Volk zum Neubau seines Lebensraumes aufruft und gleichzeitig weiteste Teile dieses Volkes, denen das Zukunftsideal einer großen und freien Nation verschwebt, diffamierte und von der Mitwirkung auszuschalten suchte. Man kann andererseits nicht an das Werk eines Neubaues herangehen, wenn man diejenigen, die die Fundamente einer jeden Gemeinschaft, die Begriffe von Religion, Familie und Staat, die Grundlagen unserer ganzen Kultur, zerstören wollen, wenn man sie ungehindert ihr Wühlwerk treiben läßt. [F. von Pappen 30. 7. 1932 zit. nach 3, s. 61].*

Заслуга лідера НСДАП і націонал-соціалізму в цілому мусить полягати у відновленні історичного континууму та регенерації німецької історії.

*«... Es ist schon vermessen, wenn ich heute vor die Nation hintrete und sie beschwöre: Deutsches Volk, gib uns vier Jahre, dann richte und urteile über uns! Deutsches Volk, gib uns vier Jahre, und d ich schwöre dir, so wie wir und so wie*

*ich in dieses Amt eintrat, so will ich dann gehen. Ich tat nicht um Gehalt und nicht um Lohn, ich tat es um deiner selbst wegen (Beifall)... Ich habe kein anderes Ziel im Auge gehabt als dem zu diesen, was uns das Höchste auf Erden ist. Denn ich kann mich nicht lossagen von dem Glauben an mein Volk, kann mich nicht lossagen von der Überzeugung, daß diese Nation wieder einst auferstehen wird, kann mich nicht entfernen von der Liebe zu diesem meinen Volk und hege felsenhaft die Überzeugung, daß eben doch dann einmal die Stunde kommt, in der die Millionen, die uns heute verfluchen, hinter uns stehen und mit uns begrüßen werden dann das gemeinsam geschaffene, mühsam erkämpfte, bitter erworbene neue Deutsche Reich der Größe und der Ehre und der Kraft und der Herrlichkeit und der Gerechtigkeit. Amen!...» [A. Hitler, 10. 2. 1933 Berlin, Sportpalast, zit. nach 3, s. 71-72].*

В націонал-соціалістичній картині світу А. Гітлер та його партія презентують теперішній час. Контакт двох осіб (Гітлера і фон Гінденбурга) символізує відродження германського Духа, реставрацію попередніх підвалин та їхню непорушність у майбутньому. На підтвердження цьому наведемо уривки з некролога А. Гітлера на похороні П. фон Гінденбурга та виступу Герінга:

*«... das Deutsche Volk aber wird zu seinem toten Helden kommen, um sich in Zeiten der Not neue Kraft zu holen für das Leben, und wenn selbst die letzte Spur dieses Leibes verweht sein sollte, wird der Name noch immer unsterblich sein. ß Toter Feldherr, gehe nun ein in Walhall!» [Rede von 7. 8. 1934 in Tannenberg; zit. nach 3, s. 93].*

*«Heute wird der Tag sein, an dem wir das Buch der deutschen Geschichte der letzten Jahre der Not und Schande schließen und ein neues Kapitel beginnen. Und auf diesem Kapitel wird stehen: 'Die Freiheit und die Ehre sind das Fundament des kommenden Staates'» [H. Göring, 30. 1. 1933, Berlin, zit. nach 3, s. 68].*

Наведені вище витяги з виступів А. Гітлера віддзеркалюють історичну ретроспективу і в сукупності з аналогічними текстами інших націонал-соціалістичних діячів створюють ретроспективу макротексту. Історична макроретроспектива мислиться на дуже великий проміжок часу (Tausendjähriges Reich). У пересічній свідомості цей проміжок часу сприймається як вічність порівняно з середньою тривалістю життя.

*Der Nationalsozialismus wird die kommenden tausend Jahre der deutschen Geschichte bestimmen. Der ist nicht mehr wegzudenken...» [A. Hitler, 30. 1. 1941 Berlin, Sportpalast, zit. nach 3, s. 174].*

*«Es ist unser Wunsch und Wille, daß dieser Staat und dieses Reich bestehen sollen in kommenden Jahrtausenden. – Wir können glücklich sein, zu wissen, daß diese Zukunft restlos uns gehört».*

Стан майбутнього постає в оптимістичних тонах: *«Dieses Deutschland muß schöner werden als das vergangene, es muß besser werden als das vergangene, es muß stärker werden als das vergangene [A. Hitler, 24. 2. 1937 Hofbräuhaus, München].* Найближче майбутнє інтерпретовано як визначення місця німецької імперії в Європі та її провідної ролі на континенті. Наведений нижче витяг з виступу Й. Геббельса разом з попередніми витягами з гітлерівських промов створюють проспекцію націонал-соціалістичного макротексту.

*«... Ich habe nun den Eindruck, daß wir heute in einem Zeitalter leben, in dem die Welt neu verteilt wird. Ich habe weiterhin den Eindruck, daß wir bei der Verteilung der Welt in den vergangenen Jahrhunderten als Deutsche zu kurz gekommen sind, und ich habe drittens den Eindruck, daß wir das, was wir damals versäumten, jetzt nachholen müssen.*

*... Und so wie wir das Gesicht des Reiches gewandelt haben, so werden wir das Gesicht des Europas wandeln, und so wie die inneren Widerstände und Gegensätze des Reiches von vor zehn Jahren, als ich zum erstenmal hier sprach, längst vergessen sind, so werden in zehn Jahren, wenn ich wieder hier spreche, die europäischen Gegensätze vergessen sein.... Dann, meine Parteigenossen, werden wir unser großes Ziel verwirklichen und werden hier im Herzen Europas wieder unser altes, weitgestecktes, großes germanisches Reich errichten. Ein Reich, daß dann der Schutzpatron Mitteleuropas sein wird.... Die deutsch-italienische Achse (durch den Dreimächtepakt nun auf andere Staaten ausgeweitet) wird sich den Bedrohungen der angelsächsischen Welt gegenüber durchsetzen. Dann werden wir, jeder in seinem Wirkensraum, dieses neue Europa aufbauen und organisieren» [J. Goebbels, 5. 11. 1940, Kundgebung der NSDAP in Prag, zit. nach 3, s. 172-174].*

Розглянутий в статті текстовий матеріал дає можливість зробити такі **висновки**. Просторово-часовий континуум виглядає як суцільне середовище, створене філософськими категоріями простору і часу. Він відображається в суцільному текстовому середовищі – макротексті. Континуум тоталітарного макротексту має великі розміри, не виглядає замкнутим, разом з тим прагне до певних обмежень. Просторово-часовий континуум відіграє особливу роль при описі мов тоталітарних партій.

#### Література:

1. Купина Н. А. Тоталитарный язык. Словарь и речевые реакции / Н. А. Купина. – Екатеринбург, Пермь : Изд-во Урал. ун-та ЗУУНЦ, 1995. – 144 с.
2. Мороховский А. Н. К проблеме текста и его категорий / Александр Николаевич Мороховский // Текст и его категориальные признаки. – Киев : Киевский гос. пед. ин-т иностр. яз., 1989. – С. 3-8.
3. Fischer M. Der Nationalsozialismus. 12 dunkle Jahre deutscher Geschichte. / M. Fischer, S. Hügli, B. Ischi, D. Schärer. – Bonn : Inter Nationes, 1975. – 343 s.

**Бернацька С. М.,**

Національний університет державної податкової служби України, м. Київ

**Бернацька Н. П.,**

Національний університет «Одеська юридична академія», м. Одеса

## ОСНОВНІ АСПЕКТИ ЩОДО ФОРМУВАННЯ СТРУНКОЇ СИСТЕМИ КЛАСИФІКАЦІЇ МОДАЛЬНОЇ МОЖЛИВОСТІ ЯК РІЗНОВИДУ РЕЧЕННЕВОЇ СЕМАНТИКИ

*У статті акцентується увага на сутності категорії можливості. Семантика можливості виступає своєрідним об'єднувальним фактором для сфер реального та ірреального, оскільки включає в себе і передумови, і результат реалізації ситуації водночас.*

**Ключові слова:** модальність, категорія, можливість, семантика можливості, модальна ситуація.

*В статье акцентируется внимание на сущности категории возможности. Семантика возможности выступает своеобразным объединяющим фактором для сфер реального и ирреального, поскольку включает в себя и предпосылки, и результат реализации ситуации одновременно.*

**Ключевые слова:** модальность, категория, возможность, семантика возможности, модальная ситуация.

*The article focuses on the essence of the category of possibility. Semantics of possibility is the kind of unifying factor for spheres of real and unreal, because it includes prerequisites, and result of realization the situation at the same time.*

**Key words:** modality, category, possibility, semantics opportunities, modal situation.

Сучасні вчені у своїх працях висвітлювали окремі аспекти проблеми модальності можливості, наприклад, зі спеціальних розвідок в українській лінгвістиці можна назвати праці В. Шинкарука, частково роботи Б. Хричкова; натомість більш численними є студії з порівняльного мовознавства, мета яких – зіставити особливості семантики та структури досліджуваної категорії на матеріалі української, російської, французької та англійської мов (Т. Телецька), російської та іспанської мови (М. Будільцева) та роботи на матеріалі російської, англійської, німецької, перської мови (І. Федорова, І. Островерха, М. Стельмах, Р. Гатіна, Е. Мхитарянц). Утім, сьогоднішня лінгвоукраїністика ще потребує комплексного розв'язання цієї проблеми.

Можливість являє собою окремих вид модального значення. Варто підкреслити, що можливість – одна з найважливіших філософських категорій, що виражає «об'єктивну тенденцію розвитку, закладену в наявних явищах, наявність умов для виникнення об'єкта, утвореного внаслідок реалізації деякої можливості» [8, с. 91]. За відповідних сприятливих умов можливість може перетворитися на дійсність, адже «можливість – це одна із форм дійсності в широкому розумінні слова, внутрішня, потенційна дійсність» [8, с. 91]. І навпаки, за відсутності необхідних для реалізації умов, можливість не перетворюється в дійсність, тобто «можливість стає неможливістю» [5, с. 13].

Сутність категорії можливості полягає в тому, що можливість становить собою те, що не існує безпосередньо і самостійно, але є реальним, оскільки виявляється опосередковано через певні умови [6, с. 98]. Будь-яка дійсність ґрунтується на наявності в ній різних можливостей, кожна з яких, у свою чергу, є вихідним пунктом для нової дійсності.

Можливість характеризується також тим, що вона необов'язково перетворюється на дійсність. Потенційність необов'язково має реалізацію. З цього погляду можливість наближається до випадковості (чогоось, що має рівні шанси на здійснення і нездійснення) і, таким чином, протистоїть необхідності [11, с. 57–62]. Проте можливість не можна ототожнювати лише з випадковістю, адже «випадковим ми називаємо вже наявний в дійсності об'єкт, а можливим постає лише такий, що здійсниться в майбутньому, а тепер він існує лише як тенденція» [6, с. 99].

Оскільки можливість розуміємо як об'єктивну тенденцію «становлення предмета, що виражається в існуванні умов для його виникнення» [15, с. 87], у мові можливість віддзеркалена як повідомлення про ці умови через відзначення відповідних відношень між суб'єктом та його діями, описаними в реченні.

Характер зв'язку суб'єкта з дією визначає детермінувальний фактор, тобто обставини, умови, що є причиною становлення та реалізації потенційної ситуації [4, с. 31], який може бути пов'язаним як зі сферою суб'єкта, його внутрішніми характеристиками (можливостями, властивостями, уміннями, тимчасовим станом), так і з реаліями зовнішнього світу, обставинами і законами існування [13, с. 131–132]. З огляду на характеристику факторів, які створюють передумови для перетворення ірреальної на певний момент ситуації в реальну, фактичну, урахувавши відношення між суб'єктом дії та дією, дослідниками-синтаксистами створено багато класифікацій семантичних різновидів значення можливості. В основі запропонованих кваліфікацій лежить вказівка на їхню об'єктивну чи суб'єктивну природу. Так, переважна більшість дослідників пропонує послуговуватися термінами «об'єктивна» і «суб'єктивна» можливість [4; 7, с. 68–74] чи «внутрішня» і «зовнішня» можливість [1, с. 84–86; 3, с. 167]. Оригінальну думку з цього приводу висловила російська дослідниця І. Островерха. Пропонуючи відмовитися від цих термінів, лінгвіст мотивує свою позицію прагненням логічно узгодити відношення між термінами «внутрішня» / «зовнішня» можливість та їхнім уживанням відносно особових та неособових, зокрема, безособових, реченневих одиниць, а також намаганням розмежувати перехрещення цих типів можливості з об'єктивною та суб'єктивною модальністю. Натомість дослідниця пропонує послуговуватися термінами «інтрасуб'єктна» та «екстрасуб'єктна» можливість [10, с. 19–20]. Її міркування сповнені наукових інновацій, спонукають до роздумів, до глибшого осмислення природи модальності можливості.

Семантика можливості характеризує ірреальну ситуацію, яка має необхідні передумови для того, аби перетворитися на фактичну. Модальність можливості можна простежити на матеріалі речень, що віддзеркалюють

не статичний стан справ, а динамічну дію, процес у його розвитку [14, с. 6]: такі висловлення не демонструють прямого зв'язку між суб'єктом та його ознакою, але вказують на формування такого зв'язку, готовність до його реалізації, наприклад: *Могла сміливо повертатися додому: тут на неї ніхто вже не чекав* (Свєнєнія Кононенко). Варто звернути увагу на те, що можливість – це лише один із можливих варіантів розвитку ситуації, адже «бути можливим – означає бути однією із альтернатив в «історії» дійсного світу» [16, с. 182]. Але ситуація можливості зазвичай наголошує на одному з варіантів розгортання подій, «виносить у комунікативний фокус лише один із можливих подієвих векторів, одну із альтернатив» [14, с. 6].

Отже, семантика можливості виступає своєрідним об'єднувальним фактором для сфер реального та ірреального, оскільки включає в себе і передумови, і результат реалізації ситуації водночас. Динамічний характер мовної можливості спирається і на філософське визначення цього поняття. І. Федорова аргументовано доводить, що можливість і дійсність діалектично співвідносяться як взаємно можливі, але водночас виступають і такими, що виключають одна одну: можливість створює уявлення про майбутню дійсність, але, стаючи дійсністю, заперечує себе [14, с. 7].

Важливу роль у становленні сучасних поглядів на модальність можливості як окремих різновид об'єктивної модальності відіграли також дослідження у сфері суб'єктивної модальності. Фактичний матеріал, опрацьований лінгвістами, дозволяє твердити, що модальність можливості як об'єктивна характеристика дійсності протистоїть суб'єктивній (епістемічній) можливості. Під епістемічною можливістю розуміють припущення мовцем можливості зв'язку між предикатними предметами за умови відсутності достовірних знань про ситуацію, напр.: *Тепер він побачить її зблизька, може, буде говорити з нею, і ті чарівні очі будуть дивитися на його... і може... хто знає?* (Степан Васильченко). Якщо говорити про об'єктивну можливість, то мовець оперує дійсними, а не уявними, характеристиками ситуації, «судження об'єктивної можливості потребують не менше позитивного знання, ніж судження дійсності» [16, с. 184], якщо ж ідеться про суб'єктивну можливість, то мовець не має точних знань про ситуацію, він не виключає жодного можливого фіналу, тому що немає обставин, що перешкоджають вибору одного з них [13, с. 63]. Таким чином, виявляється тісний зв'язок категорії можливості з категорією ймовірності, які формують своєрідну опозицію: можливість – це різновид об'єктивної модальності, а ймовірність – вияв суб'єктивної модальності.

Категорію об'єктивної можливості вважаємо категорією, що реалізує потенційне значення і може виступати як реальною, так і гіпотетичною, що залежить від конкретної ситуації.

Під поняттям модальної ситуації у мовознавстві розуміють такі синтаксичні структури, що поєднують у собі не лише понятійну (змістову) основу повідомлення, але й мовну семантичну інтерпретацію (спосіб представлення) цієї основи [2, с. 21]. Предметом аналізу виступають змістові структури, співвідносні з певними структурами в плані вираження, що охоплюють різні формальні засоби, розсіяні у висловленні [2, с. 20–21]. Оскільки основною одиницею нашого дослідження виступає саме речення як мовна одиниця, що реалізує комунікативну функцію, а «референтами речень виступають не окремі предмети, ознаки, дії, а цілісні ситуації, події, явища, тобто поєднання референтів окремих лексичних одиниць, що перебувають у відповідних відношеннях між собою» [9, с. 7], то звернення до поняття модальної ситуації видається цілком закономірним.

Т. Телецька вмотивовано стверджує, що «категорійні ситуації об'єктивної можливості являють собою оцінні ситуації, у яких є суб'єкт, об'єкт, підстава і засоби оцінки» [12, с. 7].

Структура модальної ситуації можливості може бути описана за допомогою таких складників: а) суб'єкт предметної ситуації та його ознака; б) детермінувальна ситуація, яка виступає підґрунтям для ситуації можливості; в) фактор, що визначає зв'язок між суб'єктом предметної ситуації та його ознакою; г) джерела можливості, що формують виникнення потенційного зв'язку і його фактичного здійснення та д) способи перетворення нефактичної ситуації в реалізовану. Таким чином, можливість визначає один із подальших можливих варіантів розвитку ситуації, водночас виникнення самої можливості визначається наявністю іншої ситуації, що містить вказівки на обставини й умови, що детермінують виникнення та реалізацію зв'язку між певним суб'єктом та його ознакою [14, с. 8]. Саме врахування цих моментів дозволить створити комплексний і детальний опис модального значення можливості, сформулювати струнку систему класифікації цього різновиду реченнєвої семантики.

### Література:

1. Беляева Е. И. Функционально-семантические поля модальности в английском и русском языках: [монография] / Е. И. Беляева. – Воронеж : Изд-во Воронеж. ун-та, 1985. – 180 с.
2. Бондарко А. В. Категориальные ситуации (к теории функциональной грамматики) / А. В. Бондарко // Вопросы языкознания. – 1983. – № 2. – С. 20-32.
3. Бондарко А. В. Принципы функциональной грамматики и вопросы аспектологии: [монография] / А. В. Бондарко. – Л. : Наука, Ленинг. отд-ние, 1983. – 208 с.
4. Ваулина С. С. Детерминирующий фактор возможности: способы языкового выражения / С. С. Ваулина, И. Р. Федорова // Семантика языковых единиц и категории в диахронии: [сб. науч. тр.]. – Калининград, 2001. – С. 30-38.
5. Гатина Р. Г. Модальность возможности и невозможности и средства ее выражения (на материале башкирского языка): автореф. дис. на соискание уч. степени канд. филол. наук: спец. 10.02.02 «Языки народов Российской Федерации (башкирский язык)» / Р. Г. Гатина. – Уфа, 2007. – 24 с.
6. Гатина Р. Г. О семантической структуре модальности возможности и невозможности / Р. Г. Гатина // Вестник Башкирского университета. Раздел «Филология и искусствоведение». – 2007. – № 3. – Т. 12. – С. 98-100.
7. Колесник С. В. Выражение модального значения объективной возможности действия зависимым инфинитивом в публицистическом тексте (на материале публицистики М. Е. Салтыкова-Щедрина) / С. В. Колесник // Функционирование языковых единиц в разных речевых сферах: факторы, тенденции, модели: тез. докл. межвуз. науч. конф., (Волгоград, 2–5 окт. 1995г.). – Волгоград: Перемена, 1995. – С. 68-79.

8. Кондаков Н. И. Логический словарь-справочник / Н. И. Кондаков. – [2-е изд., испр. и доп.]. – М. : Наука, 1975. – 720 с.
9. Мірченко М. М. Синтаксичні категорії речення: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня доктора філол. наук: спец. 10.02.01 «Українська мова» / М. М. Мірченко. – К., 2002. – 30 с.
10. Островерхая И. В. Средства выражения модального значения возможности в романе Л. Н. Толстого «Анна Каренина»: дис. ... канд. филол. наук: спец. 10.02.01 / Ирина Владимировна Островерхая. – Калининград, 2004. – 201 с.
11. Смирнов Л. Ф. Соотношение возможности, вероятности и необходимости / Л. Ф. Смирнов, В. А. Штоф // Проблема возможности и действительности. – М.; Л., 1964. – С. 57–62.
12. Телецька Т. В. Предметна модальність і модальність вірогідності у мові та мовленні (на матеріалі української, російської, французької та англійської мов): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.15 «Загальне мовознавство» / Т. В. Телецька. – Одеса, 2005. – 20 с.
13. Теория функциональной грамматики. Темпоральность. Модальность / [отв. ред. А. В. Бондарко]. – Л., 1990. – 263 с.
14. Федорова И. Р. Модальность возможности в современном русском языке (на материале газет): [учеб. пособ.] / И. Р. Федорова. – Калининград, 2000. 85с.
15. Философский энциклопедический словарь / [ред. кол.: Л. Ф. Ильичёв, П. Н. Федосеев, С. М. Ковалёв, В. Г. Панов]. – М. : Советская энциклопедия, 1989. – 840 с.
16. Шатуновский И. Б. Семантика предложения и нереферентные слова: [монография] / И. Б. Шатуновский. – М., 1996. – 182 с.



Боть Л. П.,

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького, м. Черкаси

## ПРИНЦИП ВВІЧЛИВОСТІ В ДИРЕКТИВНИХ МОВЛЕННЄВИХ АКТАХ (на матеріалі усного мовлення дітей 6-10 років)

*Статтю присвячено аналізу реалізації принципу ввічливості в усному мовленні дітей молодшого шкільного віку. У ході дослідження, проведеного в ситуативно-прагматичному розрізі, було наведено диференціацію директивних мовленнєвих актів за показником ввічливості.*

**Ключові слова:** принцип ввічливості, директивний мовленнєвий акт, прескредитиви, сугестиви, реквестиви.

*Статью посвящено анализу реализации принципа вежливости в устной речи детей младшего школьного возраста. В ходе исследования, проведенного в ситуативно-прагматическом аспекте, было представлено дифференциацию директивных речевых актов за показателем вежливости.*

**Ключевые слова:** принцип вежливости, директивный речевой акт, прескредитивы, суггестивы, реквестивы.

*The article is devoted to the analysis of the principle of courtesy in speech of children of primary school age. In a study conducted in the situation-pragmatic perspective, it provides differentiation legislative speech acts in terms of politeness.*

**Keywords:** principle of comity, directive speech act preskreptyvy, suhestyvy, rekvestyvy.

Вивчення мовленнєвої комунікації допомагає встановити багато закономірностей, пов'язаних з роллю комунікативного наміру адресанта, характеру комунікативної взаємодії партнерів, особливостей їх спілкування. Під час вивчення усного мовлення особливе місце займає аналіз мовленнєвих актів (далі МА) дітей, оскільки сфери соціальної діяльності дорослих і дітей різні. Для української лінгвістики вивчення питання дитячого мовлення є особливо **актуальним**, зважаючи на те, що попередні розвідки проводились в основному на матеріалах російської та англійської мов і охоплювали дошкільний період, а комплексних досліджень українського спонтанного мовлення дітей молодшого шкільного віку не виконувалось. **Мета** нашого дослідження – проаналізувати шляхи реалізації принципу ввічливості в різних типах директивних мовленнєвих актах (далі ДМА). **Матеріалом** статті стали 20 годин аудіозапису мовлення дітей молодшого шкільного віку в різноманітних ситуаціях.

Вивчення реального функціонування усного мовлення передбачає дослідження стратегій і тактик партнерів комунікації в процесі спілкування. Так звані постулати спілкування знайшли своє відображення в ідеях Г.-П. Грайса, який вважав, що діалог є своєрідною спільною діяльністю учасників, а запорукою успішної комунікації є дотримання принципу кооперації. [3, 222-223]. На думку Г. -П. Грайса, співрозмовники усвідомлюють деяку спільну мету чи, принаймні, «напрямок» діалогу. Дослідник також вказує на існування постулатів естетичних, соціальних чи моральних, хоча й не вважає їх пріоритетними в комунікації.

Задля досягнення результату, запланованого адресатом, необхідно дотримання правил прагматичної компетенції. Вони сформульовані Р. Лакофф як правило зрозумілості висловлювання та правило ввічливості, до того ж друге правило вона деталізує: не втручайся, надавай співрозмовникові право вибору, будь приязним. [1, 302].

Дж. Ліч в одній зі своїх таксономій виокремлює чотири класи, розмежування яких відбувається відповідно до соціальної мети встановлення і дотримання ввічливості: 1) компетитив (іллокутивна мета конкурує з соціальною метою, наприклад: накази, вимоги, прохання, питання); 2) конвівіал (іллокутивна мета збігається з соціальною метою, наприклад: пропозиції, запрошення, подяки, вітання та привітання); 3) колаборатив (іллокутивна мета індиферентна для соціальної мети: ствердження, повідомлення, оголошення, інформування); 4) конфліктив (іллокутивна мета конфліктує з соціальною метою: погрози, обвинувачення). Завдання соціальної мети, на думку Дж. Ліча, сприяти уникненню конфліктів між комунікантами. Цьому і відповідає теорія ввічливості. [2, 194].

Категорія ввічливості являється аксіологічною категорією: саме поняття «ввічливість» демонструє абстрактну соціальну цінність і в цьому значенні виступає універсальним, хоча способи його вербальної та невербальної реалізації культурно-специфічні. Оскільки комуніканти (у нашому дослідженні діти) не відірвані від соціуму, а виховуються й розвиваються під впливом соціального оточення, то і використання ввічливих слів і конструкцій в їхньому мовленні характеризуються спеціалізованими засобами, притаманними нашій ментальності. Принцип ввічливості по-різному реалізується в різних типах МА і значною мірою визначається етнокультурною специфікою мовленнєвої поведінки. Він виступає невід'ємною частиною комунікативного кодексу та окреслюється як особлива стратегія мовленнєвої поведінки, що спрямована на запобігання конфліктних ситуацій. Його вплив досить часто відіграє визначальну роль в оформленні висловлювань й у відборі мовленнєвих варіантів реалізації ДМА. У найбільш загальному вигляді ввічливість можна визначити як принцип соціальної взаємодії, в центрі якого знаходиться повага до особистості партнера. Цей загальний принцип розповсюджується на всі види людської взаємодії – як вербальної (слова етикету), так і невербальної (ввічлива інтонація, жести тощо).

Всі ДМА за ознакою ввічливості розмежовуються на дві групи – «ввічливі», та «неввічливі». До першої групи належать такі ДМА, які сприяють соціальній меті підтримки доброзичливих стосунків, до другої – ДМА, які перешкоджають соціальній меті. Згідно з цим критерієм, ввічливими вважаються ДМА запрошення, пропозиції, дозволи. Більшість ДМА (наказ, розпорядження, вимоги тощо) потрапляють до розряду неввічливих МА.

Найбільш «неввічливими» є прескриптивні ДМА (наказ, розпорядження, вимога), виконання яких облігаторно і не лишає адресату свободи вибору. Під час здійснення МА наказу, розпорядження мовець не дотримується принципу ввічливості, щоб забезпечити перлокутивний ефект свого МА: ефективність іллокутивної дії забезпечується у прескриптивних МА пріоритетною позицією мовця, яка забезпечує покору (підлеглість) партнера по

комунікації. Мовна норма не зобов'язує адресанта бути ввічливим і пом'якшувати свій комунікативний намір в наказі, але мовець може дотримуватися принципу ввічливості, прагнучи отримати прихильне ставлення адресата.

Наступними у шкалі ввічливості розміщуються реквестивні ДМА (прохання, благання), в яких вибір у прийнятті рішення виконувати чи не виконувати дію також виявляється обмеженим, але не соціальними нормами, як у випадку прескриптивних МА, а самим принципом ввічливості, що диктує ставитися з повагою до особистості партнера та намагатися вдовольнити його бажання. Таким чином, дії адресата обумовлюються морально-етичними нормами. У реквестивних ДМА дотримання принципу ввічливості є обов'язковим як для мовця, так і для адресанта. В цьому сенсі прохання виступає найскладнішим ДМА. Від адресанта вимагається максимальна тактовність в тому, щоб делікатно спонукати до дії, яка відбувається за рахунок зусиль адресата, але спрямована на задоволення потреб мовця.

Традиційно сугестивні визначаються як сукупність різних засобів вербального і невербального емоційно забарвленого впливу на людину з метою створення в неї певного стану або спонукання до певних дій. Сугестивні ДМА є меншою мірою «неввічливими», оскільки в них адресат може приймати рішення про виконання / невиконання дій залежно від своїх поглядів та намірів. В сугестивних ДМА дія принципу ввічливості обумовлена пропозиційним змістом МА. Міра такту визначається тим, відносно чого висловлюється пропозиція, дається порада, якою мірою майбутня дія буде позитивною для адресата. Іншим фактором, що диктує вибір висловлення поради чи пропозиції, є соціально-психологічна дистанція між комунікантами. Розповсюдженим способом зниження категоричності ДМА поради виступають розповідні висловлювання, у яких майбутня дія репрезентується як гіпотетична в уявній ситуації (причому роль виконавця в ній відводиться мовцю), а також питання-натяк. Наприклад, Валерія (6,8): *Хочеш/я за тебе буду брать* (картки для гри – авт.)//

Спираючись на судження лінгвістів, МА питання можна розглядати як один із видів ДМА, основною метою якого є заповнення інформаційної лакуни в знаннях мовця шляхом отримання від адресата невідомою інформації. Кожне питання має три семантичні ознаки: 1) бажання мовця знати; 2) характер інформації, про яку запитують; 3) спонукання, що викликає вербальну реакцію у слухача.

Від інтенції або комунікативного наміру мовця, залежить перш за все реалізація МА в ті чи іншій мовленнєвій формі. Питання є своєрідним проханням, а саме проханням повідомити про будь-що, надати необхідні відомості. Дотримання принципу ввічливості у питальних МА визначається цілим переліком обставин. Передусім сам питальний МА буде зараховуватися до ввічливих МА, оскільки запитуючи, мовець хоч і бере комунікативну ініціативу на себе й отримує можливість контролювати дії слухача, останній має право на відмову. «Добре відомо, – пише О. Земська, – що численні висловлювання, які мають буквально значення питання, функціонують як ввічливі прохання [4, с. 132]». Отже, комунікативний намір мовця асиметриює з мовною формою питальності.

За ступенем ввічливості всі форми вираження питальних МА можна умовно поділити на три типи: 1) ввічливі; 2) нейтральні; 3) згублі. До ввічливої форми належать непрямі (небуквальні) питання, що тільки виявляють бажання мовця мати деяку інформацію, але не містять прямого спонукання до реакції-відповіді (безумовно, така реакція можлива, але тільки як вільний вибір самого слухача). Розглянемо, наприклад, висловлювання: *Ти знаєш/як грати в «Зуму»* (комп'ютерна гра – авт.)? Тут мовець непрямо прохає слухача розказати йому правила гри. Тобто первісним МА буде зовсім не буквально питання про те, чи має слухач певну пізнавальну інформацію, а непряме прохання підказати як йому пограти на комп'ютері.

Найбільш ввічливі питальні МА супроводжуються додатковими маркерами ввічливості (*вибачте, будь ласка*), апеляцією до волі слухача:

Денис (9,3): *Мам/ти можеш/будь ласка/ввімкнуть світло?*

Надійним способом реалізації принципу ввічливості слугує передача комунікативного наміру у вигляді прохання його здійснити; діти, виявляючи певну обережність, запитують *чи можна* виконати певні дії. При цьому можливі різноманітні способи репрезентації такого прохання:

1) з допомогою висловлювання, реалізованого невербально та словом *можна*: Юлія (7,4): *Можна?* (дивиться на цукерку);

2) еліптичним висловлюванням: Максим (6,10): *Можна я далі?*

3) повним висловлюванням: Владислав (7,2): *Можна взять м'яч?!!*

4) висловлювання з додатковим поясненням: Дмитро (8,3): *Наталія Петрівна/можна піду/я вже написав?*

Найменш ввічливими є форми питальних МА, у яких спонукання виражається імперативами:

Валерія (8,3): *Скажи/як ти будеш в цих штанах танцювать?*

...

Ярослав (9,3): *А ти руку відпустила/кажи?*

У таких ситуаціях наявне порушення принципу невтручання у сферу слухача, що дозволяє вживати такі висловлювання тільки при дуже близьких стосунках рівних за статусом комунікантів або під час звертання старшого до молодшого. Досить розповсюдженою формою подачі питальних МА являються приєднувальні питання, що структурно складаються з двох частин. У першій частині міститься думка мовця про ситуацію, у другій – апеляція до слухача, яка закликає його висловити своє ставлення до поданого в першій частині висловлювання: Валерія (7,10): *Ні/мам/це рано нам сюди ставить цей пазл/бач/там ось так ось?*

Отже, ДМА – це складний продукт комунікації, який залежить від особливостей ситуативного контексту спілкування, волевиявленнь комунікантів, успішності їхнього діалогу. Дотримання ввічливості в ДМА є відносним показником не тільки у «якісному» розумінні (що вважати ввічливим), але й в «кількісному» (якою мірою цей принцип реалізується в тій чи іншій мовній формі). Існують абсолютні маркери ввічливості на зразок «будь ласка», але їх в мові, а тим паче в дитячому мовленні не так багато. Більшість лінгвістичних одиниць набувають цієї ознаки в певному контексті та реалізують принцип ввічливості різною мірою.

Аналіз реалізації принципу ввічливості в інших типів мовленнєвих актів, які використовують діти молодшого шкільного віку у різних ситуаціях спілкування, може бути перспективою наших подальших досліджень.

**Література:**

1. Lacoff R. The logic of politeness / R. Lacoff // Papers from the Ninth Regional Meeting of Chicago Linguistic society. – Chicago : CLS, 1973. – P. 292-305.
2. Leech G. N. Principles of Pragmatics / G. N. Leech. – London – N. Y. : Longman, 1983. – 250 p.
3. Грайс Г. П. Логика и речевое общение / Г. П. Грайс // Новое в зарубежной лингвистике: Лингвистическая прагматика. – М. : Прогресс, 1985. – Вып. XVI. – С. 217-237.
4. Земская Е. А. Категория вежливости в контексте речевых действий / Е. А. Земская // Логический анализ языка: язык речевых действий / под ред. Н. Д. Арутюновой и Н. К. Рябцевой. – М. : Наука, 1994. – С. 131-136.

Василенко Д. В.,

Горлівський інститут іноземних мов Донбаського державного педагогічного університету, м. Горлівка

## КОНЦЕПТУАЛЬНІ МЕТАФОРИ У СФЕРІ АНГЛОМОВНОЇ ВІЙСЬКОВОЇ ЛЕКСИКИ

*Стаття присвячена дослідженню англійських військових концептуальних метафор, вивченню джерел концептуалізації і семантичних особливостей мовних реалізацій метафор.*

**Ключові слова:** військова підмова, метафора, концепт.

*Статья посвящена исследованию англоязычных военных концептуальных метафор, изучению источников концептуализации и семантических особенностей языковых реализаций метафор.*

**Ключевые слова:** военный подязык, метафора, концепт.

*The article is devoted to the study of English military conceptual metaphors, their sources and semantic peculiarities of their language realizations.*

**Key words:** military lexicon, metaphor, concept.

Військова підмова, підкоряючись законам еволюційного розвитку, активно поповнює свій словниковий склад шляхом семантичної деривації, в процесі якої відбуваються зміни значення вихідних лексичних одиниць. Провідну роль в семантичних змінах відіграє механізм метафорики.

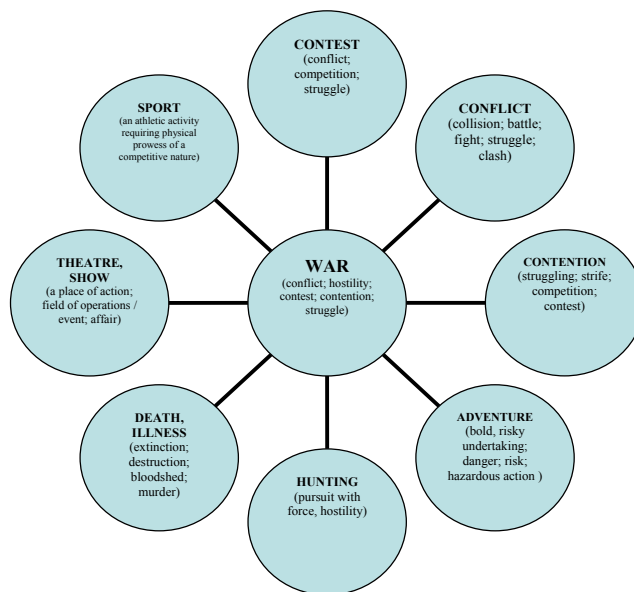
Метафора розглядається як засіб номінації, вербалізований спосіб мислення і спосіб створення мовної картини світу. У дослідженнях метафоризації виокремлюються різні концепції. Проте, усіма лінгвістами відзначається той факт, що в основі метафоричного перенесення знаходиться схожість екстралінгвістичних понять про об'єкти дійсності.

У когнітивному аспекті метафора розглядається як використання знаку однієї концептуальної сфери на позначення компонента іншої. Дж. Лакофф вказує на те, що метафора за своєю природою є не чисто мовним, а концептуальним явищем, оскільки вона тісно пов'язана з культурно специфічними моделями і сенсорно-моторним простором і просторовим досвідом людини [2]. Метафори функціонують як когнітивні процеси, завдяки яким людина поглиблює своє уявлення про світ. Вона пронизує все наше щоденне життя і виявляється не тільки в мові, але й в мисленні та дії. Поняттєва система, у межах якої думає і діє людина, є метафоричною за своєю сутністю [2]. Акт метафоричної творчості лежить в основі формування нових значень слів, розвитку систем термінології та емоційно-експресивної лексики.

**Мета статті** полягає у вивченні англійських метафор, що виступають засобом об'єктивації концепту «ВІЙНА». В **завданні дослідження** входить виявлення джерел концептуальних метафор і аналіз лексико-семантичних особливостей їх мовних реалізацій. **Об'єктом дослідження** є військові лексичні та фразеологічні одиниці, побудовані на основі метафори. **Предмет аналізу** – семантичні процеси у сфері англійської військової лексики. Дослідження проводиться на **матеріалі** англійських військових термінів і сленгізмів [5; 7].

Війна, організована озброєна боротьба, між державами, націями (народами), соціальними групами є невід'ємною складовою історії людства. Розуміння війни як одного з феноменів буття залежить від сприйняття людиною дійсності, змін її світоглядних уявлень в ході історичного розвитку. Війна може ототожнюватись з абсолютним злом, розглядатись як духовна і священна справа або як неминучість.

У військовій підмові виокремлюються метафори, пов'язані з різними соціально-символічними вимірами дискурсу війни. Вони створюють метафоричні образи війни і реалій, пов'язаних з нею, об'єктивуючи концепт «ВІЙНА» (Малюнок 1).



Малюнок 1. Метафори, що об'єктивують концепт «ВІЙНА»

Під концептом розуміється «дискретне ментальне утворення, що є базовою одиницею розумового коду людини, має відносно впорядковану внутрішню структуру, є результатом пізнавальної (когнітивної) діяльності особи і суспільства і несе комплексну, енциклопедичну інформацію про предмет або явище, що відбивається, про інтерпретацію цієї інформації суспільною свідомістю і відношення суспільної свідомості до цього явища або предмету» [4, 34].

Номінативне поле концепту «ВІЙНА» включає такі метафоричні номінації, як [1]:

1) війна – суперечка, змагання, конфлікт (war – contention / contest / conflict): *pull rank* (sl) – «зловживати службовим станом», *all the way* (sl) – «прагнення зробити кар'єру офіцера», *conflict* – «війна», *confrontation* – «конфронтація» («*Are Military Personnel allowed to pull rank and use it to intimidate or insult people in public or in games?*» [http://answers.yahoo.com]);

2) війна – спорт (war – sport, an activity of a competitive nature): *acrobatics* – вищий пілотаж, *ball / golf ball* (sl) – «куля», *ping – pong war* (sl) – «війна зі змінним успіхом» («*MIT researchers are creating the world's first acrobatic robotic bird – a small, agile helicopter that the military could use in mountainous and urban combat and that could offer the entertainment industry a new means of capturing aerial imagery*» [http://web.mit.edu/newsoffice]);

3) війна – авантюра, пригода (war – adventure): *adventure* (sl) – «війна» («*war is hell; war is also mystery and terror and adventure and courage and discovery and holiness and pity and despair and longing and love*» – Ryan T. Bennett [http://www.gyu.edu]);

4) війна – театр, вистава (war – theatre / show): *theatre of war* – «театр військових дій», *big show* (sl) – «війна» («*I am watching the show over on our right. Some of our new divisions had advanced through a gap*» – F. Richards [6]);

5) війна – полювання (war – hunting): *hunting* – «пошук», *hunting ground* – «район дії», *hunter-killer* – «субмарина, яка вистежує і знищує ворожі підводні човни», *mine hunter* – «мінний тральщик-шукач мін», *hunt* (sl) – «пошук супротивника», *cowboy – and – Indian tactics* (sl) – «близький бій» («*HMS Astute is the largest and deadliest hunter – killer submarine ever built*» [http://xmb.stuffucanuse.com]);

6) війна – смерть, хвороба (war – death, illness): *broken-back warfare* – «війна із зламаним хребтом» («війна між сторонами, ослабленими взаємними ударами»), *sterile environment* – «обстановка, що характеризується відсутністю перешкод», *sterilize* – «руйнувати, знищувати», *surgical strike* – «хірургічний» / «точний удар», *skeleton* – «скорочений склад», *air pill* – «мала авіабомба», *mobile pillbox* – «пересувний броньовий ковпак», *Nuclear spasm* – «ядерний спазм» («обмін останніми ядерними ударами в тотальній ядерній війні»), *immune* – «невразливий, захищений», *skin the front* – «оголяти фронт» («*A multitude of reasons could be cited why a nuclear conflict would likely veer quickly into chaos and nuclear spasm*» [http://www.cci.org]).

Когнітивні метафори, розкриваючи зміст концепту «ВІЙНА», передають уявлення про війну за допомогою певних образів. Вони структурують реальний військовий досвід людини і допомагають краще його усвідомити. Метафоричний образ війни не є однорідним.

Концепт формується у свідомості людини з його сенсорного досвіду, предметної діяльності, розумових операцій з іншими концептами, мовного спілкування, знання людиною значень мовних одиниць [4, 122]. Джерелами концептуальної метафоризації у військовій лексиці стають такі лексичні одиниці, як: «*struggle*», «*conflict*», «*contest*», «*contention*», «*hostility*», «*death*», які входять в ядро номінативного поля. Номінації окремих когнітивних ознак концепту формують його периферію: «*show*», «*theatre*», «*sport*», «*adventure*», «*hunt*». Концепт «ВІЙНА» передається в англійській мові, головним чином, лексемами із загальними асоціативними семами «*небезпека*, «*загроза*», «*пригода*», «*полювання*» і «*змагання*».

Концептуальні метафори виникають у рамках загальноприйнятої системи цінностей і ґрунтуються на властивих певній спільноті поняттях. Так, відношення представників англомовного соціуму до війни як спорту, змагання, прагнення отримати перемогу за будь-яку ціну, склалося під впливом історичного досвіду боротьби за домінування у світі. Тому важливу роль в процесі розуміння військових метафор відіграє культурна модель, що властива певному соціуму і поділяється його членами.

Існують також погляди на війну, що є притаманними багатьом культурам, незалежно від соціально-економічного, політичного і освітнього положення тієї або іншої країни. Так, «небезпека може перетворитися на надзвичайне переживання, за умови, що людина здолає її, і, поки вона загрожує людині, вона сподівається перемогти» [3]. При цьому створюється метафоричний образ війни як авантурної пригоди. Таким чином, чуттєві образи в структурі концепту «ВІЙНА» утворюються не лише перцептивними когнітивними ознаками, але і образними ознаками (концептуальними метафорами), аналіз яких дозволяє виявити істотні характеристики концепту і моделювати його як одиницю концептосфери.

На наш погляд, важливим є подальше вивчення концепту «ВІЙНА», яке дозволить дослідити семантику мовних знаків, що об'єктивують його, а також виявити національну специфіку даного концепту з метою оптимізації міжкультурної комунікації.

### Література:

1. Василенко Д. В. Військова лексика англійської мови ХХ – початку ХХІ століття / Дмитро Володимирович Василенко. – Горлівка : Вид-во ГДПІМ, 2009. – 220 с.
2. Лакофф Дж. Метафори, котрими ми живем // Теорія метафори / Дж. Лакофф, М. Джонсон. – М. : Наука, 1990. – С. 387-415.
3. Лешан Л. Если завтра война? Психология войны / Лоуренс Лешан. – М. : Астрель-АСТ, 2004. – 142 с.
4. Попова З. Д. Когнитивная лингвистика / З. Д. Попова, И. А. Стернин. – М. : АСТ: Восток – Запад, 2010. – 314 с.
5. Dickson P. War Slang. American Fighting Words and Phrases from the Civil War to the Gulf War / Paul Dickson. – New York, London, Toronto, Sydney, Tokyo, Singapore, Pocket Books, 1994. – 403 p.
6. Oxford Dictionary of Euphemisms / [Robert Holder]. – Oxford University Press, 2003. – 501 p.
7. Random House Webster's Unabridged Dictionary. – New York, Random House, 2001. – 2229 p.

**Вигнанська І. М.,**

Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів

## RECHERCHES PUBLICITÉS AVEC RÉFÉRENCES BIBLIQUES

У статті розглянуто особливості функціонування біблійної лексики, відображено чинники, які сприяють процесу її контекстуальної трансформації у французьких рекламних текстах. На конкретних прикладах здійснено аналіз комунікативно-прагматичних аспектів вживання біблійної лексики, розглянуто властивості, що впливають на активність використання та збагачення загального фонду французької мови.

**Ключові слова:** біблійна власна назва, реклама, аллюзія, біблійний символ, трансформація, негативна конотація.

В статье рассмотрены особенности функционирования библейской лексики, отражены факторы, которые способствуют процессу контекстуальной трансформации во французских рекламных текстах. На конкретных примерах осуществлен анализ коммуникативно-прагматических аспектов употребления библейской лексики, рассмотрены свойства, влияющие на активность использования и обогащения общего фонда французского языка.

**Ключевые слова:** библейское имя собственное, реклама, аллюзия, библейский символ, трансформация, негативная коннотация.

The object of this research is to determine the peculiarities of functioning of biblical vocabulary, to show the factors that contribute to the process of contextual transformation in the French advertising texts. On the concrete examples, the analysis of communicative-pragmatic aspects of the use of biblical vocabulary has been carried out, as well as the main aspects that influence the activity of the biblical vocabulary enrichment processes in the general fund of the French language has been determined.

**Key-words:** biblical personal name, advertisement, allusion, biblical symbol, transformation, negative connotation.

Depuis plusieurs années, les publicités envahissent l'espace public de la rue comme la sphère privée, sous forme d'image fixe ou animée et représente une source inépuisable de messages sonores, écrits, visuels et virtuels. Il y a certes quantité de publicités mièvres, tautologiques, bassement commerciales, qui ne font rien d'autre que de vanter un produit. Quantité d'autres publicités, beaucoup plus élaborées, développent un véritable réseau de significations symboliques. Ces dernières utilisent la religion pour attirer l'attention sur ce qu'elles veulent faire vendre, pour séduire un public en quête de sens et pas simplement en quête de consommation. Ces publicités peuvent redécouvrir, par le biais du jeu, de l'humour et de la parodie, les récits bibliques dans leur version originale.

Les thèmes religieux dans la pub, sans être omniprésents donnent une valeur d'authenticité et de pérennité à l'objet montré à leurs côtés. Dans ce contexte publicitaire en perpétuelle évolution – mais qui reflète à l'évidence un changement de climat culturel et social – sont apparues de nouvelles formes de sujets religieux: «*moines dégustant un camembert*», «*curés gourmands*», «*bonnes soeurs à cornettes sur des mobylettes*», «*mariés photographiés sous le porche d'une église*». Les images clichés de la Bible traduisent une pratique religieuse à travers la mise en scène de ses personnages les plus célèbres et les plus populaires (*Dieu, Jésus, Marie, Moïse, Noé, Adam et Ève, Pierre, Paul*). L'importance du personnage donne un supplément de notoriété au produit. Ce n'est pas simplement le personnage, mais l'histoire qui lui est lié qui est évoquée: ainsi avec des représentations *du déluge* (Gn. 6-9) [3, c. 7-10], des compagnies d'assurances évoquent l'idée qu'elles aideront à surmonter un cataclysme universel. Avec *la mort (victorieuse) de Jésus* sur la croix, on évoquera l'idée d'une vie triomphant du mal (*publicité de Renault*).

Dans notre époque sécularisée, les références bibliques imprègnent notre culture s'il s'agit d'une présence discrète, fragmentaire et même inconsciente. Si certaines sont plus littéraires: «*le bras armé d'Abraham*» (Gn 22, 19) [2, c. 20], «*pauvre comme Job*» (Jb) [2, c. 193], ou historiques, «*vieux comme Mathusalem*» (Gn 5,27) [2, c. 168], «*la marque de Caïn*» (Gn 4,15) [2, c. 167], en revanche d'autres sont tellement intégrées dans le langage courant que leur origine biblique s'est perdue: «*pour une bouchée de pain*» (Pro 28,19) [3, c. 607], «*comprenez qui pourra*» (Mt 19,12) [3, c. 25].

La publicité développe un langage qui lui est spécifique – et qui fait son succès et son efficacité – en jouant sur l'ellipse, le double sens, la condensation. Certes, la frontière entre parodie et persiflage, entre humour et dérision, est bien étroite. L'utilisation de la culture religieuse dans la publicité nous instruit sur l'état de la religiosité à travers les symboles, les mots, les couleurs, les formes et les images. Le plus souvent, cette symbolique religieuse est si discrète qu'elle nous échappe parce qu'il s'agit d'un langage tellement courant et connu qu'on ne le perçoit plus. Et puis les publicitaires ont fait en sorte que l'allusion soit presque imperceptible.

On a souvent noté la permissivité des publicités, et qui tentent de repousser plus loin les limites de ce qui est permis et défendu, de ce que l'on peut ou ne peut pas montrer. Dans cette optique, il n'y a rien de mieux qu'une publicité faisant l'objet d'un scandale pour attirer l'attention sur elle et donc sur ce qu'elle doit faire vendre. *Toscani, le célèbre photographe de Benetton*, était passé maître dans cet art, avec ses publicités à la limite du mauvais goût et du scandale éthique. On s'en souvient: un prêtre embrassant une religieuse, un mourant du sida, la chemise maculée de sang d'un fusillé bosniaque... tout cela pour nous faire acheter des pull-overs de la célèbre marque italienne. En revanche, on a été moins attentif au mouvement inverse: le retour de la loi, l'exigence morale, vantés par la publicité. Dans une société de plus en plus permissive, la tendance à retrouver des repères éthiques, à donner plus de place à la rigueur morale sont aussi des aspirations largement partagées. C'est dans ce contexte que sont apparues des publicités s'inspirant des **10 Commandements**. Une entreprise de restauration vante ses mérites en alignant dix principes éthiques à côté d'un portrait de Moïse de Michel Ange qu'elle intitule: «*les lois de la Table*»; telle autre invente «*un onzième commandement*»: celui de consommer son produit. Une publicité présente son slogan sous forme d'inscription gravée sur deux tables de marbre: impossible alors de ne pas penser au Décalogue.

Pour parvenir à ses fins, la publicité utilise essentiellement le registre iconoclaste ou transgressif. Les publicitaires affectionnent davantage la figure du *diabole* que celle de *l'ange*. Dans la publicité *l'ange* c'est souvent un être sexué, humanisé, mi-ange, mi-démon qui perd son aura et sert simplement à valoriser le produit à vendre. La figure du *diabole* est plus intéressante, parce qu'elle prône des valeurs plus diverses et plutôt positives. Il incarne à la fois la tentation et une forme d'égoïsme, poussant l'individu à s'affranchir des règles religieuses et sociales. Cet usage décalé de *la figure du Mal* et de symboles religieux indique que la société poursuit sa sécularisation, et non un retour du religieux. Ainsi, lorsque *la compagnie d'assurances Alpina* use d'un diabolin rouge et cornu avec un «*malin*» plaisir, c'est pour lui assigner la responsabilité de tous les incidents potentiellement couverts par l'assurance. Au passage, l'assureur déplace ainsi la responsabilité de ses clients sur le petit diabolin, ne leur laissant que celle de contracter leur couverture chez *Alpina*.

*L'ange* qui accompagne le parfum *L'Air du Temps de Nina Ricci* prône la paix (Peace on earth). Ses yeux nous regardent fixement, alors que le décor laisse supposer qu'il se trouve dans quelque métro, lieu urbain, fermé, sous terre, lugubre, enclin aux incivilités. Or, cet ange a été placé là pour porter un élixir de paix jusque dans les entrailles de la terre, lieu de prédilection du diable.

*Les anges et démons* sont interchangeableables. Une logique similaire est au cœur de l'opposition *ange/démon*, déclinée dans une campagne *Orangina*. Deux affiches, parfois diffusées conjointement, se font écho mutuellement. La première présente un démon de sexe masculin, adulte, torse nu, tenant dans la main gauche la bouteille de la marque, la surprise se lisant sur son regard et accompagnant son exclamation «*divin*». La seconde montre à l'inverse un ange de sexe féminin, vêtu de blanc, en prière yeux fermés, mains jointes, tenant comme un trésor une bouteille et songeant «*diabolique*». L'antonomie *ange/démon* s'étend les éléments de la publicité: texte, couleur de la boisson (orange sanguine pour celle déposée au creux des mains de l'ange). Ces oppositions au cœur des annonces sont à tel point patentes qu'elles s'annulent réciproquement et de fait plaident pour une réconciliation réussie. Les valeurs incarnées par l'ange féminin (douceur, gentillesse) et le texte renvoyant aux valeurs diaboliques d'une part, par le démon (force, puissance) et le texte renvoyant aux valeurs divines d'autre part, sont finalement interchangeableables, tant l'invite concerne l'un et l'autre produit, tant le spectateur peut s'associer à l'un et à l'autre. Mais dans le duel qui oppose *anges et démons*, il semble bien que les seconds l'emportent sur les premiers. D'une part, l'ange étant originellement positif, il n'a rien gagné. En revanche, les démons positifs bénéficient d'un renversement de valeurs. L'agent ailé – ange ou démon sans distinctions – peut désormais vanter aussi bien un véhicule qu'un ordinateur, une boisson que les services d'un voyageur. Il peut tout prôner, jouant tout à la fois sur ce qui renvoie à l'Eden et sur ce qui est perçu comme très tentant et donc associé au diable. Ainsi, le plus souvent, lorsque le publicitaire fait appel à l'une ou l'autre figure, c'est en premier lieu pour suggérer que le produit vanté est sorti de sa condition basement terrestre. Par exemple, dans une publicité de boisson alcoolisée, la bouteille est entourée d'une série d'anges côte à côte, alors que l'un d'eux se transforme en motard style Hell-Driver (conducteur satanique) en se profilant derrière. L'alcool révèle-t-il la véritable personnalité de l'ange? Tout ange goûtant à *Smirnoff* cède-t-il à la tentation? Quoi qu'il en soit, la publicité prend le parti du motard.

La marque Nescafé présente un café «*diablement avantageux*» dans une tasse où l'anse s'apparente à une queue pendant que son bord supérieur présente deux élévations en forme de cornes. Alors qu'habituellement le diable s'associe à la richesse, ici au contraire, c'est l'économie qui est prônée «*produit tentateur*» car bon marché.

Certaines images, comme certaines expressions de la langue, sont devenues à ce point courantes qu'on ne distingue plus leur origine biblique, directe ou indirecte. De plus, la publicité contribue au recul des connaissances bibliques par son usage caricatural des textes religieux. Ainsi, la maison Malbuner présente-elle le slogan suivant pour accompagner une tranche de jambon: «*Je suis sûr qu'Eve, de nos jours, n'aurait pas choisi une pomme pour séduire Adam*». La substitution pomme/jambon est-elle destinée à mieux frapper l'attention? L'intention est amusante, faisant du jambon un objet de séduction. Cet exemple montre toutefois que si l'on peut remplacer la pomme par un autre élément, il paraît alors nécessaire d'offrir un plus sémantique.

Parfois, ce sont des versets bibliques connus qui sont cités de manière parodique, déformée ou tronquée: «*Et Dieu dans tout ça?*» (radio française RTL); «*La croix protège de tout, même de l'invisible*» (Javel Lacoix); «*Rendez au piétons ce qui appartient aux piétons*» (sécurité routière); «*Que celui qui a des oreilles pour entendre, entende*» (appareils de musique) ou encore des extraits du Notre Père: «*Notre masepain quotidien*» (publicité suisse). En Suisse, pour vanter une voiture familiale, une marque de voiture cite le verset «*Croissez et multipliez*» (Gn 1, 22) [2, c. 81] en indiquant sur la publicité le livre biblique, le chapitre et le verset.

Ainsi une publicité française pour *les carrés de chocolat Suchard* a même osé ce slogan «*C'est une épreuve que le Seigneur nous envoie*», en montrant une belle jeune femme africaine nue transformée en carré de chocolat.

Le récit de *la sortie d'Égypte* est l'un des incontournables. Il est parfois évoqué de manière caricaturale, comme dans le cas d'une publicité *Pierre Cardin*. Celle-ci illustre littéralement la séparation miraculeuse des eaux (Exode 7, 21) [3, c. 54].

Une publicité d'une banque allemande pour un investissement boursier montre *un chameau passant par le trou de l'aiguille* (Lc 18, 25) [3, c. 89] avec, sur son dos, une côte financière de la bourse en hausse. Alors que Jésus condamne l'homme riche, la publicité suggère l'inverse: «*Enrichissez-vous par les profits boursiers*».

La publicité a ainsi souvent la particularité de présenter les récits bibliques de manière strictement euphorique, écartant toute connotation négative; elle nivelle les connaissances bibliques vers le bas et thésaurise une pléthore de références composites sans distinction. «*Au commencement était l'image*», alors vint l'écran géant Panasonic. L'expression pourrait faire croire à une citation de la Bible: «*Au commencement était Dieu*» (Gn 1,1) [2, c. 254]. Les allusions religieuses de cette publicité Panasonic ne s'arrêtent pas à cette citation retouchée, le rédactionnel parodiant à souhait le discours religieux: «*Fidèles admirateurs de l'image. Panasonic a créé pour vous. Vous tomberez à genoux devant la perfection de son écran plat et la merveilleuse définition de son image. Vous entendrez un son d'une pureté divine et l'apparition sur l'écran. Avec l'écran géant Panasonic, contemplez le paradis du Nouveau Monde électronique*». Le vocabulaire souligné présente le produit comme divin, soutenu en cela par la mise en scène, qui place le produit dans une pièce

sombre, au fond de laquelle une porte entrebâillée laisse passer un rai de lumière, comme pour symboliser la présence de Dieu. Mais l'expression publicitaire «*Au commencement était l'image*» rappelle les premiers mots de l'évangile de Jean «*Au commencement était la parole*» (Jean 1,1) [3, c. 101] où parole et image s'opposent. Dans ce dernier la parole du Christ met en relation ceux qui se mettent à son écoute. A l'inverse, l'image, toujours selon l'évangéliste, fait écran à l'essentiel. Une controverse opposant Jésus aux pharisiens, suite à la guérison d'un aveugle, en donne un bon exemple. L'allusion publicitaire s'écarte des deux textes bibliques. L'image appelle un rapport relationnel dénué de toute liberté, différant radicalement de celui cautionné par les Ecritures. Ces dernières la dénoncent pour son caractère idolâtre, avec en arrière-fond une interprétation du deuxième commandement («*Tu ne le feras pas d'idole*» (Exode 20. 4)). Le rédactionnel Panasonic est à cet égard sans équivoque, l'adresse «*Fidèles admirateurs*» résonnant comme «*Fidèles adorateurs*», là où l'image est précisément au centre du message promotionnel.

Si l'Ancien Testament est une source pour les publicitaires, il en va de même pour certaines paroles du Christ et certains de ses gestes (miraculeux), même si parfois ces reprises et allusions échappent au destinataire. C'est le cas d'une annonce des *Chemins de fer fédéraux suisses* dont rien, à première vue, ne semblait la destiner à figurer dans ces pages. La représentation d'une carrière avec tas de cailloux et un bloc de pierre, accompagnée du slogan «*Grâce à nos performances, nous avons déjà déplacé des montagnes pour nombre de clients*», fait écho à la parole de Jésus adressée à ses disciples: «*Je vous le déclare, si un jour vous avez de la foi gros comme une graine de moutarde, vous direz à cette montagne: Passe d'ici là-bas et elle y passera*» (Mt 17. 20) [3, c. 23]. Autant dire que les CFF donnent la preuve de leur efficacité. Pour cela, le mot «*foi*» s'est vu remplacé par celui de «*performances*», ce qui gomme toute relation à autrui, à l'inverse de la foi ou de la confiance que l'on a en quelqu'un. Cette annonce est typique du déplacement qui s'opère, d'un monde autonomisé, et souligné par l'expression «*grâce à nos performances*». Le détournement du texte biblique original mène ailleurs, colporte un sens opposé à la visée initiale.

Une autre manière de citer les textes bibliques c'est la médiation des œuvres artistiques de l'art chrétien. Une caricature a salué la naissance de la monnaie européenne en représentant les dirigeants français et allemands en *Joseph et Marie autour de la crèche* [6, c. 184] d'où sortait une pièce d'un Euro, tandis que le premier ministre anglais était représenté avec des oreilles d'âne, à côté d'un bœuf.

Plantu et Pancho, caricaturistes bien connus au Monde, n'hésitent à exprimer des thèmes de l'actualité sociale et politique en empruntant à l'iconographie biblique. Il n'est pas jusqu'à l'émission satirique des Guignols de l'info, sur Canal+, qui ne représente *Chirac* en réincarnation du *Christ des Evangiles*, depuis sa double opposition à Le Pen et à la guerre en Irak.

Pour Jean Effel, l'histoire biblique sert de prétexte à des dessins coloriés de façon naïve et puérile, naïveté qui vide le sujet de sa charge sacrée. Laisser de côté tout élément religieux ou donner d'événements mystiques une explication rationnelle mais naïve: la création de la femme se réduit à une «*question de chirurgie esthétique*». Enfin transposer le langage biblique dans un registre trivial: «*Vous n'en mourrez pas, j'en mettrai ma main au feu...*». Dans la publicité on constate l'emploi continu du parler de la rue, la trivialité, voire la grossièreté, détermine un ton de dérision qui avilit: ainsi Eve sur les genoux de Dieu: «*Mon grand Dieu chéri, et ça, ça vous plaît, grand voyou?*» Il ne s'agit plus d'un simple défolement par rapport au sacré mais d'une attaque violente et d'une révolte contre le Dieu biblique considéré comme stupide et cruel, avec une virulence.

*L'histoire d'Adam et Eve* n'apparaît plus que comme allusion, indirectement par rapport à leur sujet. Ainsi, sur le panneau métallique d'un wagon de chemin de fer, un dessin de Jean Effel: «*Pays basque, paradis retrouvé*». A l'arrière-fond, l'arc de montagnes baignées par la mer; émergeant de l'onde à mi-corps et nus, un homme barbu et une femme à l'abondance chevelure, sourient dans la plus parfaite béatitude. Au centre de l'histoire, objet favorisé dans la plupart des allusions «*la pomme*». Pour une opération tentation au BHV, une affiche présente *Eve croquant une pomme* d'où sort un serpenteau rouge. Une publicité pour le Redoute donne une version différente de celle de la Genèse, en légende à quelques dessins: le couple nu, la pomme entre leurs mains, puis un éclair et un grand boom: une pomme bleue et un couple vêtu et apparemment heureux. On appréciera le style pseudobiblique et le renversement de l'histoire initiale: non plus la nudité honteuse, mais l'habillement qui rend heureux. «*Adam's, tailleur chemisier, le spécialiste du vêtement jersey pour homme*»; «*Le costume d'Eve revu par Exciting: chez Exciting Eve est toujours là, telle qu'en elle-même ou presque: juste ombrée d'un voile transparent. Exciting, pour toutes les Eves*».

Devant le cinéma Zig-Zag, une photo offrait aux passants «*un serpent qui ne tentera pas Eve*». Mais le serpent est également le trompeur type, le «*trickster*», et l'on ne peut trouver mieux que quelques lignes d'un maître de la publicité, Bleustein-Blanchet, pour définir la tactique du «*premier de tous les publicitaires: il avait un excellent produit, il connaissait bien son marché potentiel, il affirmait un besoin impérieux en pratiquant deux recettes de base de la publicité: la consigne d'achat et la répétition: «*Croque la pomme, croque la pomme*» [2, c. 200]. Mais craignant d'éveiller la méfiance de son éventuel client le roi de la publicité d'empresse d'ajouter «*Le Serpent voulait perdre Adam, moi je ne veux pas perdre mes consommateurs*».*

La publicité, qui doit faire appel à des images connues pour être très rapidement comprise des consommateurs, profite de l'appauvrissement de la culture religieuse, d'une éclipse du sacré et de son évanouissement: «*Une voiture qui fait damner un saint*» (*Nissan Almera*), «*Parfum «*Passion N°5*», odeur de sainteté*» (*Passion du Christ + Chanel N°5*). L'instrumentalisation du sacré n'a qu'un but: sacraliser le produit. Et en sacralisant des objets, ou des comportements, la publicité tend à devenir une sorte de guide qui propose des morales, des éthiques et des attitudes diverses, auxquelles le consommateur est libre d'adhérer.

Ainsi, pour vanter ses produits *Nike* indique, sous forme d'un triptyque de vitraux, les heures d'ouverture de ses magasins. Sur chaque vitrail figure un homme en prière auréolé, habillé des vêtements ou accessoires de la marque. Le magasin, lieu de vente, se mue en temple, lieu de la présence de Dieu. Les gestes ne sont quant à eux pas des allusions gratuites: ils font des acheteurs des prieurs, appelés aux «*heures d'adoration*» (heures d'ouverture du magasin). La marque serait-elle un dieu à adorer?



La firme automobile *Citroën* a revêtu l'athlète Cari Lewis de l'habit monacal. Mains jointes, yeux levés au ciel et détermination de l'expression traduisent ce que la légende explicite: «*Un simple virage peut devenir le tournant d'une vie*». Le mot «*virage*» et l'expression «*tournant d'une vie*» sont pris dans un sens existentiel, alors que dans le contexte sportif (sprint) et automobile leur sens est d'abord premier, comme peut l'être celui de «*conversion*». Bonne façon de convaincre que la marque a le pouvoir de changer fondamentalement existence.

Lorsque *Jésus* devient le nom d'une marque de jeans, c'est une «confusion irrévérencieuse avec le Christ» qui est reprochée aux publicitaires. Si la marque n'a pas pu être déposée dans plusieurs pays, elle s'est vu interdire une affiche particulièrement osée: on y voyait une poche de bermudas, sur lequel était écrit: «*Qui m'aime me suive*». «*Toi, suis-moi*» (Mt 9, 9) [3, c. 11] est utilisé pour la publicité des jeans (l'appel biblique se détache sur un jean porté par une jeune fille aux formes évocatrices, montrée de dos).

Lorsqu'elle recycle le spirituel, la publicité s'expose parfois à la polémique ou même à la censure. connu pour ses affiches provocantes, *Benetton* n'a pas hésité à mettre en scène *la figure du Christ* à l'agonie pour évoquer le problème du sida. La photo choc d'Oliviero Toscani, qui montre un sidéen recevant le réconfort de ses proches et d'un prêtre, a suscité l'indignation du public et même poussé un malade du sida en phase terminale à faire paraître sa photo dans *Libération*, avec ces mots adressés au fabricant d'habits: «*Pendant l'agonie, la vente continue*».

Si l'on retrouve «le visage» de Jésus sur plusieurs publicités il en va de même pour certains de ses actes relatés par les évangiles. *Hermès Paris* s'inspire de *Jésus marchant sur les eaux* et de son appel à Pierre à en faire autant (Mt 14,33) [3, c. 19] pour promouvoir ses modèles féminins de chaussures.

Le récit du *dernier repas de Jésus* en compagnie de ses douze disciples est un moment clé pour la religion chrétienne, tant il est riche en tension dramatique et chargé symboliquement. Si cet épisode a servi de support à de multiples parodies publicitaires, c'est presque toujours en écho à la fresque de Leonard de Vinci et non à quelque citation biblique directe (Mt 26, 20; Marc 14, 17; Luc 22, 14). Les allusions à cette fresque sont par ailleurs parmi celles qui ont souvent été causes de scandales, comme si l'on tournait en dérision non seulement les représentations picturales mais que l'on s'en prenait également «aux tréfonds des croyances intimes». C'est le cas d'une campagne *Volkswagen* annonçant la sortie d'une nouvelle Golf, avec deux affiches. La première montrait une vache meuglant «*Gloria*» en voyant ladite Golf. C'est Jésus lui-même qui consacre la nouvelle Golf et qui est instrumentalisé, réincarné en «porte-parole» de la marque. Et la deuxième présentait un repas eucharistique. Treize hommes sont attablés, tenue decontractée («branchés parisiens»), regards dirigés vers l'intérieur de la scène. De la fenêtre entre de la lumière dont seul le visage du personnage central est inondé. Le slogan s'étale en pied de page: «*Mes amis rejoignons-nous car la nouvelle Golf est bien née*». Le slogan paraphrase une parole des évangiles (Luc 2,10) [3, c. 64].

Dans le même temps, «le degré de connaissances bibliques de la population s'est considérablement réduit. La publicité encourage cette méconnaissance, car elle se limite à citer les récits les plus connus, représentés de manière caricaturale et standardisée», remarque Gilles Lugin, spécialiste de la publicité [4, c. 227-231].

Si les allusions religieuses sont toujours pertinentes en persuasion publicitaire, c'est que la collusion publicité/religion est naturelle car toutes les deux suscitent des adeptes en faisant miroiter le bonheur [1, c. 56].

Donc il est de bon ton aujourd'hui d'opposer religion et publicité. La première fait l'éloge d'une vie simple, détachée des biens matériels; elle est un guide spirituel et un chantre moral. A l'inverse, la seconde crée des besoins et des frustrations qui poussent à une consommation à outrance. Ethique religieuse et mercantilisme amoral (immoral pour certains) se marient mal. La récupération de la religion par la publicité paraît donc paradoxale, sauf à être désacralisante... [5, c. 14]. Il en ressort un constat trivial, selon lequel les textes sacrés, les images et les symboles religieux seraient exploités, détournés, parodiés, vampirisés par la publicité. Ce constat placerait la religion en victime face au pouvoir délétère des marques et de l'économie.

### Література:

1. Claude Cossette L'allusion religieuse comme axe persuasif en publicité. communication et organisation [En ligne 9 | 1996].
2. URL: <http://communicationorganisation.revues.org>
3. Jean C. Bologne Expressions d'origine biblique / Jean Claude Bologne – Paris. : Larousse., 1999. – 290 p.
4. La Bible Ancien et Nouveau Testament Traduit de l'hébreu et du grec en français courant – Villiers-le-Bel: Alliance biblique Universelle, 1997. – 1210 p.
5. Lugin G. Généralité et intertextualité dans le discours publicitaire de presse écrite / Gilles Lugin. – Bern, Bruxelles, Frankfurt am Main, New York, Oxford, Wien : Ed. Peter Lang coll. «Publications Universitaires Européennes», 2006. – 487 p.
6. Lugin G., Mola S. Dieu otage de la pub? / Gilles Lugin, Serge Mola. – Genève : Éd. Labor et Fides, 2008. – 206 p.
7. Odelain O., Segueineau R. Dictionnaire des noms propres de la Bible / Olivier Odelain, Robert Segueineau. – Paris : Éd. Cerf-Desclée de Brouwer, 2002. – 492 p.

Гач Н. О.,

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ

## СЕМАНТИКА ТА ПРАГМАТИКА «LET» – КОНСТРУКЦІЇ В ПОЕТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

*Стаття присвячена аналізу сфер використання спонукальної «let» – конструкції в рамках поетичного дискурсу, а також встановленню її функцій в процесі вираження інтенціональних станів автора на рівні мовленнєвих актів.*

**Ключові слова:** когнітивна лінгвістика, поетичний дискурс, «let» – конструкція, мовленнєвий акт, інтенціональні стани.

*Статья посвящена анализу сфер использования побудительной «let» – конструкции в рамках поэтического дискурса, а также установлению ее функций в процессе выражения интенциональных состояний автора на уровне речевых актов.*

**Ключевые слова:** когнитивная лингвистика, поэтический дискурс, «let» – конструкция, речевой акт, интенциональные состояния.

*The article analyzes the areas of use of the imperative «let» – construction within poetic discourse, and establishes its role in the process of expressing the intentional states on the level of speech acts.*

**Keywords:** cognitive linguistics, poetic discourse, «let» – construction, speech act, intentional states.

**Постановка проблеми.** Текст є суб'єктивним відображенням об'єктивного світу та вираженням свідомості. Саме тому розуміння художнього твору є розумінням творчої субстанції його автора та співтворчистію, тобто зануренням в ту сферу своєї свідомості, де проявляється внутрішня спорідненість і з автором, і з втіленням у його творчості світом. Саме тому цілком дослідження є досягнення розуміння поетичного тексту шляхом аналізу його граматичних конструкцій, в яких на рівні з лексичними мовними засобами закодовані культурні цінності, ментальність та інтенції автора, адже розуміння загального змісту тексту є неможливим поза аналізом того, як це сказано.

В цьому випадку поняття дискурсу не обмежується рамками конкретного мовного висловлювання, а включає в себе особистісні характеристики учасників спілкування та соціальні умови комунікативної ситуації, яка, в свою чергу, є такою ситуацією дійсності, що склалась в результаті мовно-мисленнєвої поведінки комунікантів. Таким чином, теорія мовленнєвих актів є одним з базових підходів до визначення поняття дискурсу, в рамках якого мова розглядається не лише як засіб описання світу, а і як спосіб спонукання до виконання певних дій. Отже, **актуальність дослідження** полягає у дослідженні когнітивно-прагматичних особливостей мовних засобів для вираження інтенцій автора та їх ролі при створенні цілісного ідейно-художнього змісту висловлювання.

**Аналіз попередніх досліджень та публікацій.** За словами Т. ван Дейка, мовленнєві акти самі по собі є діями. В мовленнєвому акті єдиним організуючим принципом є той, який пов'язує певні цілі, наміри та дії (висловлювання, наділені певними характеристиками) мовця з комунікативною ситуацією [2, с. 18-19]. Так, автор, користуючись підсвідомим уявленням про текст як зображення дійсності під певним кутом зору і в спосіб, що диктується метою, переслідуваною у свідомості і діях читача, інтуїтивно обирає форму для закодування змісту твору, яка, в свою чергу, несе ідейно-змістове навантаження. За словами М. Феллера, до найпоширеніших функцій мовленнєвих актів належать такі: ініціатор уваги, констататор спільності поглядів автора та читача, збудник інтересу, форматор поглядів, стимулятор дії тощо [5, с. 47].

Сама функція мовленнєвого акту залежить від інтенцій автора. Тому потрібно звернути особливу увагу на поняття інтенціональності, запропоноване Дж. Серлем, що позначає ту властивість багатьох ментальних станів та подій, за допомогою якої вони направлені на об'єкти та стан справ зовнішнього світу [3, с. 96]. Тому при здійсненні кожного мовленнєвого акту ми виражаємо певні інтенціональні стани, до яких, згідно з теорією Дж. Серля, належать такі: віра, страх, надія, бажання, кохання, ненависть, симпатія, неприязнь, сумнів, здивування, задоволення, захват, смуток, тривога, гордість, розкаяння, скорбота, вина, насолода, роздратування, схвалення, прощення, ворожість, прив'язаність, обурення, намір, потреба, уява, фантазія, сором, жадання, відраза, жах, стремління, розвага, розчарування та ін. [3, с. 119].

**Метою дослідження** є встановлення ролі та функцій спонукальної «let» – конструкції у процесі закодування інтенціональних станів автора на рівні мовленнєвих актів в рамках поетичного дискурсу.

**Матеріалом дослідження** є віршовані твори таких поетів як E. Browning, R. Browning, E. Poe, W. Whitman, E. Dickinson, R. Emerson, H. Longfellow, W. Bryant, L. Hughes, H. Thoreau, M. Angelou, W. Williams.

**Виклад основного матеріалу.** Слово є засобом передачі повідомлень і наділене комунікативною функцією. Характерною особливістю поетичних творів є те, що вони складаються з фіксованих висловлювань, які характеризуються особливою культурою вираження, увагою до підбору та розташування слів у тексті, а власне висловлювання стає невід'ємною частиною повідомлення, закодованого в ньому [4, с. 143]. Така установка на формулювання висловлювання є характерною особливістю художньої мови.

Таким чином, лексика, морфологія та синтаксис утворюють континуум символічних одиниць, розділених на окремі компоненти лише умовно. Тому аналіз граматичних одиниць набуває значення лише у відношенні до їх семантичної цінності. Таким чином, граматики сприяє утворенню символічних взаємозв'язків між семантичними та фонологічними структурами. Варто також зазначити, що такі символічно насичені висловлювання називаються конструкціями та несуть в собі базові культурні цінності [6, с. 3]. Будь-яка граматична конструкція несе в собі концептуальне та фонологічне значення і розглядається як невід'ємний елемент символічних відносин між ними.

При аналізі ситуацій вживання спонукальної «let» – конструкції та її ролі в процесі інтерпретації загального змісту висловлювання було виявлено, що інтенціональні стани, для вираження яких вона використовується в

рамках поетичного дискурсу, можуть бути умовно розділеними на такі групи: стани діяльності (рух, буття, відпочинок, сон, бажання війни, прагнення миру тощо), пізнавально-ментальні стани (міркування, прагнення до знання та пізнання, забуття, пам'ять, спілкування, споглядання тощо), емоційні стани (кохання, радість, спокій, надія, плач, неспокій, ненависть, печаль тощо), духовно-релігійні стани (смерть, життя, молитва, боготворіння, богохульство тощо), мистецькі стани (створення твору мистецтва, насолода мистецтвом, спів тощо), стани сфери взаємовідносин між людьми (прагнення до свободи та бажання влади).

Однак, інтенції автора можуть бути реалізованими лише в рамках певних комунікативних ситуацій, виокремлення яких можливе лише при узуальному використанні лексико-граматичних мовних засобів, оскільки при їх поетичному вживанні увага зосереджується на внутрішньому світі та переживаннях ліричного героя, а не на зовнішніх обставинах. Розглянемо сфери узуального використання спонукальних граматичних конструкцій, зокрема спонукальної «let» – конструкції, в рамках поетичного дискурсу, її вплив на формування загального ідейно-художнього змісту віршованого твору та роль при вираженні інтенціональних станів ліричного героя. Так, базовими семантичними особливостями узуального використання спонукальної «let» – конструкції є акцентування уваги читача на спільності та злагодженості дії ліричних героїв, автономності та самостійності особистості, її відстороненості від проблем зовнішнього світу. Така когнітивна спрямованість спонукальної конструкції характеризується прямим та метафоричним вираженням, оскільки проявляється як в ситуаціях безпосереднього вираження інтенціональних станів, так і в процесі їх закодування в рамках окремих концептуальних сфер.

1. В процесі аналізу віршованих творів XIX – XX століття було виявлено, що найчастіше спонукальна «let» – конструкція у своєму прямому значенні використовується для вираження *інтенціональних станів сфери діяльності та руху* (170 конструкцій) в рамках таких комунікативних ситуацій як стремління вперед, діяльність, настанова, гра, роздуми та споглядання тощо. З прагматичної точки зору, спонукальна «let» – конструкція виконує функцію спонукування до дії, оскільки це дозволяють як граматичні характеристики самого дієслова *let* (дозвіл на виконання дії), так і каузативна природа власне «let» – конструкції.

Прикладом того, як інтенціональні стани діяльності та руху реалізуються на рівні комунікативної ситуації настанови/ повчання є вірш Г. Лонгфеллоу «A Psalm of Life» (наводимо уривок):

... Trust no Future, howe'er pleasant!  
Let the dead Past bury its dead!  
 Act, – act in the living Present!  
 Heart within, and God o'erhead!  
 ... Let us then be up and doing,  
With a heart for any fate;  
Still achieving, still pursuing,  
Learn to labor and to wait.

Як бачимо, в загальній комунікативній ситуації настанови, що є характерною особливістю дидактичної поезії, розкривається головна тема наведеного вірша – діяльнісний підхід до життя, впродовж якого людина повинна займати активну позицію і сміливо рухатись вперед. Саме цей мотив і є базовим інтенціональним станом, вираженню якого підкоряється вибір лексичних та граматичних мовних засобів та конструкцій.

Важливою в цьому випадку є також структура вірша. Як відомо, початок та кінець твору є найсильнішими позиціями тексту, в яких зосереджені основні тема та ідея. Аналізована спонукальна «let» – конструкція є завершальним акцентом вірша Г. Лонгфеллоу і тому синтезує в собі базові інтенціональні стани автора та ліричного героя. Будучи позбавленою тропів та мовних фігур, ця граматична конструкція все ж виражає основні наміри автора за допомогою таких слів як *doing, achieving, pursuing* тощо. Крім того, на можна применшувати ролі самого словосполучення «let us», чий когнітивні та прагматичні властивості вказують на об'єднання вільних та рівних по статусу індивідів, чий дії спрямовані на спільні майбутні досягнення.

Дія цієї спонукальної конструкції підсилена і її попереднім поетичним використанням: «Let the dead Past bury its dead!..». У цьому випадку ідейно-художній зміст висловлювання закодований у тісній взаємодії власне граматичної конструкції та використанням автором метафор. Крім того, повтор лексеми *dead* в рамках одного речення є знаковим, оскільки в поєднанні зі словом *Past* він символізує звернення ліричного героя до діяльнісного теперішнього та відхід від забутого статичного минулого. Отже, в силу своїх когнітивно-прагматичних особливостей та каузативної сутності, спонукальна «let» – конструкція в рамках її узуального використання спрямована на вираження прагнення до діялісного підходу до життя та здатності самостійного прийняття рішень.

2. Становлення людської особистості є можливим лише в процесі тісного взаємозв'язку з навколишнім світом та намагання його осмислити. Саме тому *інтенціональні стани ментальної сфери* (54 конструкції), до яких належать мислення, знання та пам'ять, знаходять своє відображення в рамках віршованого дискурсу.

Розглянемо уривок вірша Емілі Дікінсон «What would I give to see his face?», в якому спонукальна конструкція позначає інтенціональний стан розмірковування:

What would I give to see his face?  
 I'd give – I'd give my life – of course –  
 But that is not enough!  
 Stop just a minute – let me think!  
 I'd give my biggest Bobolink!  
 That makes two – Him – and Life!  
 You know who «June» is –  
 I'd give her –  
 Roses a day from Zanzibar –

And Lily tubes – like Wells –  
 Bees – by the furlong –  
 Straits of Blue  
 Navies of Butterflies – sailed thro' –  
 And dappled Cowslip Dells –...

У цьому випадку спонукальна конструкція вживається на початку твору і таким чином спонукає розгортання подальше розгортання вірша в рамках ситуації внутрішнього монологу ліричного героя. Крім того, її використання посилене риторичним запитанням, оскільки воно акцентує увагу на процесі мислення, навколо якого обертається головна ідея твору, адже наступні рядки представлені у формі відповіді на поставлену вище проблему. На лексичному рівні це відображається у повторі конструкції «I'd give»: «I'd give – I'd give my life... I'd give my biggest Bobolink!.. I'd give her – / Roses a day from Zanzibar –...».

Не можна оминути увагою і когнітивно-прагматичну спрямованість самої спонукальної «let» – конструкції. Так, за словами А. Вежицької, конструкція «let me think» передбачає акт обдумування ситуації, прохання перервати процес спілкування для того, щоб мовець мав можливість сформулювати подальше висловлювання [7, 198]. Таким чином, в рамках аналізованого вірша зазначена конструкція використовується для створення риторичної паузи, напруження та загострення уваги читача на головній ідеї вірша, вираженій риторичним запитанням.

Крім того, імперативна конструкція «let me think» є прикладом сталої комунікативної формули, яка відображає базове культурне ставлення англомовної спільноти до процесу комунікативної взаємодії, оскільки саме значення дієслова «let» акцентує увагу на кооперації, взаємоповазі та згоді при спілкуванні. При цьому, зазначена конструкція виконує спонукальну функцію, оскільки її використання передбачає подальше розгортання думки ліричного героя.

Отже, спонукальна «let» – конструкція при вираженні інтенціональних станів ментальної сфери на узуальному рівні несе значне семантично-символічне навантаження в силу своїх когнітивно-прагматичних особливостей та реалізується на рівні комунікативних ситуацій внутрішнього монологу, повчання, самотності, акту творчості тощо. Так, будучи по своїй суті спрямованою на автономність та незалежність особистості, її внутрішні бажання та інтенції, вона дозволяє автору віршованого твору зосередити увагу читача на ліричному героєві, представникові англомовної культури з особливою ментальною картиною світу.

3. *Інтенціональні стани перцептивної сфери* (30 конструкцій). Взаємодія ліричного героя віршованого твору зі світом знаходить своє відображення на рівні його сприйняття органами чуттів та в процесі спілкування.. Узуальне використання спонукальної «let» – конструкції спрямоване, зокрема, на відображення таких інтенціональних станів як заклик до тиші, спілкування, слухання та споглядання в рамках комунікативних ситуацій замилування природою, оповіді, самотності, зустрічі тощо.

Розглянемо вірш А. Ч. Свінбурна «To Walt Whitman in America»:

... With terror, with ardour and wonder,  
 With the soul of the season that wakes  
 When the weight of a whole year's thunder  
 In the tidestream of autumn breaks,  
Let the flight of the wide-winged word  
Come over, come in and be heard,  
Take form and fire for our sakes.

Цей твір наглядно демонструє ідею необхідності спілкування та впливу слова на особистість. В цьому випадку спонукальна конструкція спрямована на вираження взаємодії та кооперації між учасниками спілкування, відкритих для сприйняття думок інших. Як бачимо, використання метафор та порівнянь («the flight of the wide-winged word», «fire for our sakes») лише посилює оприявлення інтенцій ліричного героя та концентрує увагу читача на виражених інтенціональних станах.

Спонукальна «let» – конструкція вживається і на позначення стану споглядання, який тісно пов'язаний з інтенціональним станом самотності ліричного героя. Розглянемо уривок вірша Е. Браунінг «Mother and Poet»:

...  
 Dead ! One of them shot by the sea in the east,  
 And one of them shot in the west by the sea.  
 Dead ! both my boys! When you sit at the feast  
 And are wanting a great song for Italy free,  
Let none look at me!

...  
 Dead ! One of them shot by the sea in the east,  
 And one of them shot in the west by the sea.  
 Both ! both my boys ! If in keeping the feast  
 You want a great song for your Italy free,  
Let none look at me!

Спонукальна «let» – конструкція вживається автором в кінці першої та останньої строф, які в структурі цілісного твору несуть найбільше семантичне навантаження, оскільки саме на них концентрується увага читача. В цьому випадку базовим інтенціональним станом є відвернення уваги від ліричного героя, що на лексичному рівні представлене використанням заперечного займенника none та графічним виділенням особового займенника me. Така інтенція проходить через весь твір і поєднується з темою смерті. Як бачимо, незважаючи на узуальне використання спонукальної конструкції, вона несе значне когнітивно-прагматичне навантаження та сприяє розкриттю загального ідейно-художнього змісту твору на структурному, лексичному та граматичному рівні.

Важливу роль в цьому процесі відіграє і загальний контекст вірша, що представлений на рівні комунікативної ситуації самотності. Очевидно, що повна реалізація інтенціонального стану відстороненості ліричного героя від зовнішнього світу та його концентрації на власних емоціях та почуттях можлива лише в такій екзистенційній ситуації. Саме тому інтенціональні стани споглядання та відстороненості від оточуючого світу здебільшого проявляються в співзвучних комунікативних ситуаціях самотності, замилювання красою природи тощо.

**Висновки.** Узуальне використання спонукальної «let» – конструкції не перешкоджає їй нести значне символіко-семантичне навантаження в процесі вираження таких інтенціональних станів як діяльність та рух, мислення, знання та пам'ять, заклик до тиші, споглядання, спілкування тощо. Вираження цих інтенціональних станів значно підсилене когнітивно-прагматичними особливостями самої імперативної «let» – конструкції. Так, при вираженні інтенціональних станів діяльності та руху увага читача концентрується на спільності та злагодженості дій ліричних героїв, а інтенціональний стан спокою (буття, відпочинку та сну) обертається навколо ідеї автономності особистості, її незалежності, самостійності та навіть відчуженості від оточуючого світу.

Контекстом реалізації зазначених інтенціональних станів на рівні цілісності поетичного твору служать такі комунікативні ситуації: рух вперед, спільна праця, повчання, самотність споглядання природи тощо (сфера діяльності та руху); самотність, закоханість, споглядання природи, внутрішній монолог (сфера спокою). Саме в них каузативна сутність імперативної «let» – конструкції та її когнітивно-прагматичні особливості сприяють повноцінному вираженню інтенцій ліричного героя.

Крім того, при вираженні інтенціональних станів в рамках ментальної та перцептивної сфер імперативна «let» – конструкція впливає на сприйняття віршованого твору читачем в силу своїх внутрішніх когнітивно-прагматичних характеристик. Так, для ментальної сфери, до якої належать такі інтенціональні стани як мислення, знання, пам'ять, забуття та ін., характерною є концентрація уваги на таких рисах кооперація в процесі спілкування та отриманні інформації, взаєморозуміння та взаємодопомога, відкритість душі ліричного героя, чому сприяє і характер створеної автором комунікативної ситуації. До найпоширеніших з них належать внутрішній монолог, діяльність, настанова, прощання, самотність, акт творчості тощо. Як бачимо, імперативна «let» – конструкція відіграє важливу роль в процесі створення автором цілісного твору, наділеного естетичною функцією та певним ідейно-художнім змістом, оскільки завдяки притаманним їй когнітивно-прагматичним особливостям здатна концентрувати увагу читача на найважливіших моментах твору.

**Перспективи подальших розвідок.** Оскільки дослідження є одним із перших у сфері вивчення ролі та функцій спонукальних конструкцій при вираженні інтенціональних станів в рамках поетичного дискурсу, то воно потребує поглибленого вивчення з перспективою залучення до процесу аналізу інших типів дискурсу та граматичних конструкцій.

#### Література:

1. Бахтин М. М. Проблема речевих жанров [Електронний ресурс] / М. М. Бахтин. – Режим доступу до вид. : [www.philologs.narod.ru](http://www.philologs.narod.ru). – Назва з екрану.
2. Дейк Т. Язык. Познание. Коммуникация / Т. ван Дейк. – М. : Прогресс, 1989. – 312 с.
3. Серль Дж. Интенциональность как направленность / Дж. Серль // Философия, логика, язык. – М. : Прогресс, 1987. – 336 с.
4. Томашевский Б. В. Теория литературы. Поэтика / Б. В. Томашевский. – М. : Аспект Пресс, 1999. – 334 с.
5. Феллер М. Д. Текст і зображення як модель комунікативного акту / М. Д. Феллер. – К., 1998. – 125 с.
6. Langacker R. W. Foundations of Cognitive Grammar: Descriptive Application / Ronald W. Landacker. – Stanford University Press, 1991. – 628 p.
7. Wierzbicka A. Meaning and universal grammar: theory and empirical findings / A. Wierzbicka. – John Benjamins Publishing Company, 2002. – 334 p.

Грибок О. М.,

Волинський національний університет імені Лесі Українки, м. Луцьк

## ЗАСОБИ ВИРАЖЕННЯ МЕНТАЛЬНИХ СТЕРЕОТИПІВ ПОБУТОВОГО ДИСКУРСУ НІМЦІВ

*Стаття присвячена визначенню основних засобів вербального вираження ментальних побутових стереотипів. Ментальні стереотипи мають експліцитне та імпліцитне вираження. Дуальна природа стереотипів проявляється як відношення між змістом та формою, тобто ментальні стереотипи виробили свої форми мовного вираження.*

**Ключові слова:** ментальний стереотип, експліцитний стереотип, імпліцитний стереотип, семантизоване власне ім'я у статусі catch-words, егоцентричний апелютив, модне ім'я.

*Статья посвящена определению основных средств вербального выражения ментальных бытовых стереотипов. Ментальные стереотипы имеют эксплицитное и имплицитное выражение. Дуальная природа стереотипов проявляется через отношение между содержанием и формой, т. е. ментальные стереотипы выработали свои формы языкового выражения.*

**Ключевые слова:** ментальный стереотип, эксплицитный стереотип, имплицитный стереотип, семантизованое имя в статусе catch-words, эгоцентричный апелютив, модное имя.

*The article deals with the definition of the main ways of the verbal presentation of the mental everyday stereotypes. Mental stereotypes can be explicit and implicit. The dual nature of stereotypes is manifested through the relations between the meaning and form, i. e. mental stereotypes have produced their own forms of verbal presentation.*

**Key words:** mental stereotype, explicit stereotype, implicit stereotype, semantic noun in catch-words status, egocentric appellative, modern name.

В процесі інтеріоризації навколишнього середовища формується концептуальна картина світу, яка екстеріоризується у мовній картині світу. Хоча концептуальна картина світу не знаходить повного відображення у мовній, мова є доступним джерелом пізнання концептуальної картини світу. Елементом концептуальної картини світу є стереотип [1].

Лінгвістичні дослідження стереотипів (А. Венцель, О. А. Гапченко, Г. Герндт, Л. В. Завгородня, У. Квастгоф, О. П. Левченко, А. Реддер, С. Райс, О. О. Стоколос-Ворончук, Н. А. Чабан, П. Г. Хінтон, М. К. Яцишин) зосереджуються на окремих аспектах стереотипів і не мають комплексного характеру. Відтак, аналіз стереотипів як когнітивних елементів культурно-специфічних знань, що мають експліцитні та імпліцитні форми вираження – досліджені недостатньо, що й зумовлює **актуальність** теми даної роботи.

**Метою** нашої статті є виявлення основних засобів вираження ментальних стереотипів у німецькій мові.

Для досягнення поставленої мети передбачається виконання такого **завдання**: виявити та встановити типові моделі мовного оформлення стереотипів у побутовому спілкуванні.

**Об'єктом** дослідження є мовні одиниці різних рівнів на **предмет** їхньої спроможності актуалізувати ментальні стереотипи німців.

Стереотипи допускають варіативні форми свого вираження. Ментальні стереотипи виражаються у процесі комунікації як експліцитно, так і імпліцитно. Експліцитні ментальні стереотипи вербалізуються мовними одиницями різних рівнів: 1) лексичними (власні іменники – модні імена, catchwords, егоцентричні апелютиви, прецедентні імена); 2) лексико-граматичними (словосполучення з етноцентричними прикметниками чи іменниками, прості, складні та ускладнені речення, риторичні питання, деліберативні об-питання). Розглянемо основні способи мовного вираження стереотипів побутового дискурсу детальніше.

1. **Лексичні засоби.** До власних відносяться імена людей та географічні назви. Коли йдеться про імена людей, то стереотипізуються насамперед так звані **модні імена** (Modenamen). В Україні поширюється останнім часом звичай давати імена дітям за релігійним календарем. Проте залишається живучим принцип батьківських уподобань, які формуються під впливом улюблених героїв книг, телевізійних серіалів і тощо. На даний час у Німеччині з'являються модні імена, названі на честь відомих персонажів, особистостей. У східній Німеччині модним стало ім'я Kevin («In Ostdeutschland ist eine ganze Armee von Kevins herangewachsen») [6, с. 33]. У західній Німеччині це ім'я було популярним у 80-ті роки, коли Кевін Коган грав у футбольному клубі м. Гамбурга (HSV). Стереотипізація у випадку з іменами осіб відбувається на тлі розповсюдженості того чи іншого імені.

Стереотипізація спостерігається на шляху набуття власними іменами певних ознак та особливостей. Наприклад: Ich bin Krosus (Krosus = reicher Mann); Ich sehe mal im Biederer (= Reiseführer) nach; Hulda ist eine Xanthippe (= zänkisches Weib); Ein Opel (= Auto) kam angefahren; die Havanna (= Zigarre) schmeckte gut. [7, с. 56]. Такі семантизовані імена набувають статусу «**catchwords**», в основі розуміння яких є здібність неозначеної ними ознаки заміщувати категорію, яка не згадується, але легко розпізнається. «Catchwords» є типовими прикладами мовної кореферентності, яка відбувається паралельно з редукацією. Наприклад: «Fährst du dieses Jahr wieder zu den Spaghettis?» У даному прикладі catchword Spaghettis вжито замість Italiener. В основі такого вживання є стереотипне уявлення про італійців, які переважно вживають у їжу спагеті.

У наведеному далі фрагменті вжито власний іменник der Iwan, семантизований для позначення солдат Радянської армії.

«...» Uffjeweachsen bin ick allerdings in Berlin, in Schönberg, um genau zu sein. Meine Sturm- und Drangjahre habe ick in Rußland verbrackt und als mich der Iwan endlich aus Sibirien rausjelaßen hat, war meine linke Hand zum Teufel erfroren «...» [5, с. 24]. Генералізоване вживання іменника підсилюється означеним артиклем der. Іван – стерео-

типне ім'я для росіян. Модифіковане прецедентне ім'я *Sturm-und-Drangjahre* вживається для позначення років юності (*von der Schulbank weg in 'n Kriech jeschickt worden is*) [5, с. 24].

Серед стереотипних загальних назв (апелативів) виділяються так звані егоцентричні поняття, які відображають інтерпретацію навколишнього середовища людини. Насамперед це оціночні когнітиви, які існують поряд з науковими назвами: *Schädling*, *Nützing*, *Gift – und Speisepilze* та ціла низка інших. Наприклад, 1) *Schädling*: Tier oder Pflanze, das bzw. die Schaden bringt, zufügt. Ggs. *Nützing*: *zerstörungssüchtiger Mensch*; ein ~ der Gesellschaft [7, с. 1066]. Категоризація відбувається на основі загальної риси: «завдавати шкоду» (*Schädling*) або «руйнувати» (*Nützing*), «містити яд», бути непридатним для вживання в їжу (про гриби: *Giftpilze*). Наявність будь-яких шкідників стає причиною відповідних дій зі сторони людини: *Schädlingbekämpfung*. Всі різні види шкідників узагальнюються стереотипом «*Schädlings*».

Стереотипний апелатив *andauerndes Martyrium* вживається фігурально для перебільшення, для вираження дуже високого ступеня чогось (зусиль, страждань тощо). Наприклад: Коли в домі стало холодно, дружина нарешті отримала від чоловіка доручення розтопити котла: *«damit begann mein bis zum Frühjahr andauerndes Martyrium»*. (*«suchte Streichhölzer, die wir nicht hatten; fand ein Feuerzeug, das nicht funktionierte; ... der Eimer war zu klein, um alle Asche zu fassen, und die Schlacke ging schon gar nicht hinein; Staubschwaden wogten durch den Keller. Hustend stolperte ich mit dem vollen Eimer nach oben, leerte ihn in die Mülltonne und tastete mich wieder abwärts»*) [5, с. 155].

Стереотипні апелативи характеризуються кореферентністю з іншими лексичними одиницями, які можна було б вжити для вираження того ж стану справ, перебігу подій тощо.

Як негативний апелативний стереотип сприймається *Getto – abgeschlossenes Stadtviertel, bes. für Juden; <abwertend> Wohnviertel für Angehörige bestimmter sozialer Schichten* [7, с. 554]. Іменник вживається у композитних сполученнях (*Grüne-Witwen-Getto*). Наприклад:

«< ... > *Der Ort heißt Monlingen und liegt an der Strecke nach Opladen*. «*Aha! Und wo liegt Opladen?*» «*In Richtung ... Du hast aber von Heimatkunde auch nicht die geringste Ahnung!*» *Rolf erhob sich und wies mit dem Finger auf ein winziges Pünktchen*. «*Das ist Monlingen. Und etwa hier*. «– *der Finger wanderte noch einen Zentimeter wertwärts – «steht die Reihenhaussiedlung»*. «*Also so eine Art Grüne-Witwe-Getto?*» «*Blödsinn! Eine ganz normale Neubausiedlung mitten im Grünen»* [5, с. 12]. Упереджене ставлення до закритих віддалених поселень, ймовірно асоціюється з гето для євреїв.

*Muttersöhnchen* < umg.; verächtlich > verzälderter, unselbständiger Junge od. junger Mann [7, с. 886]. Іменник вказує на існування негативного стереотипу хлопчика чи юнака, яким дуже опікуються батьки. Тим самим вони вирізняються серед інших молодих чоловіків. Наприклад:

«*Die Zweien hatte Karsten Vogt. Tagelang trug er seine Mutter das Zeugnis ständig mit sich herum*. «*Klassenbester ist er, hat mir die Lehrerin gesagt*», *verkündete sie stolz*. «*Ein Muttersöhnchen ist er!*» *knurrte Sven*. «*Hab' ich dir eigentlich schon erzählt, daß sein Pausenbrot immer auf eine Serviette legt, bevor er es auswickelt? Seine Mutter will das so. Er hat auch immer ein Stück Seife und ein eigenes Handtuch mit. Sogar Klopapier! Die ganze Klasse lacht über ihn, dabei kann er gar nichts dafür. Abschreiben läßt er auch keinen, weil das seine Mutter verboten hat. Die ist richtig hohl! Ein Glück, daß du ganz anders bist*» [5, с. 228].

Отже, розглянуті власні та загальні назви об'єктивують ментальні стереотипи. Згідно визначення всі вони можуть бути замінені іншим мовним матеріалом. Більше того вживання саме цих мовних одиниць засвідчує притаманну стереотипам генералізацію як на рівні розповсюдженості вживання мовних одиниць для їхнього вираження, так і на рівні приписування вираженої ознаки членам групи.

2. **Лексично-граматичні засоби.** Експліцитні та імпліцитні стереотипи виявляють різні синтаксичні моделі свого вираження. Експліцитні стереотипи виражаються розгорнутими пропозиціями у формі розповідних речень, поширених та непоширених (*erweiterte und nicht erweiterte Aussagesätze*). Такі речення характеризуються наявністю референта та предикатної ознаки. За зовнішньосемантичним виміром такі речення засвідчують належність стереотипів до різноманітних сфер життя: артефактів, процесів, подій, міжлюдських стосунків, правил поведінки тощо. Застосовуючи одну із можливих символічних формул теорії валентності, розглянемо наступні моделі. Загальна інваріантна модель має вигляд: **P (x,y,z) = Prädikat + Ergänzungen + Angaben**. Варіативність даної моделі зумовлюється валентністю основного дієслова та видом вільних поширювачів (*freier Angaben*). Модель **P (x): Erg. + Prädikat +fr. Angabe**

- 1) *Tannenkauf ist Männersache* [6, с. 108].
- 2) *Kinder ist immer ein gutes Gesprächsthema* [5, с. 170].
- 3) *Indonesien ist für Aussteigerfrauen die totale Enttäuschung* [4, с. 39].
- 4) *Wunder sind heutzutage selten geworden* [5, с. 170].

Експліцитні стереотипи мають вид дефініцій. Їхнє змістовне розуміння не завдає труднощів. Смісл є прозорим. Однак подібні висловлювання можуть супроводжуватись коментарем, особливо якщо співрозмовник звертається до іноземця (незрозуміло було б, наприклад, чому новорічну ялинку має купувати саме чоловік). Наприклад:

«*Die meisten Baumfetischisten kaufen ihre Tanne jedoch immer noch auf dem Weihnachtbaummarkt: Ab Ende November bringen frierende Weihnachtsbaumverkäufer ihre Ware an den Mann. Jawohl, an den Mann: Baumkauf ist Männersache. Erfunden haben das übrigens nicht die Männer, sondern Frauen – wer will schon eine stachelige Tanne durchs Treppenhaus bugsieren?* [6, с. 110-111]. Подібний коментар допомагає зрозуміти «історію» виникнення стереотипу. У даному випадку, небажання жінок доставляти додому колюче дерево. (*Wer will schon eine stachelige Tanne durchs Treppenhaus bugsieren?*). Такі стереотипи реалізуються за моделлю **Erg Nom + Kopula + Prädikatsnomen** (підмет + складний іменний присудок). Зазвичай у якості дієслова – зв'язки (*Kopula*) функціонують два дієслова: *sein* та *werden*. Проте вони мають різну інформативну насиченість розуміння стереотипу. Дієслово *werden* на відміну від дієслова *sein* сигналізує процес або результат зміни (динаміка) стереотипу.

Інші моделі базуються на простих присудках у синтетичній і аналітичній формах. У синтаксичній функції присудка вживаються такі дієслова як: *sich geben, aus sehen, gehören, gelten, дієслово geben у конструкції es gibt, дієслово haben як Vollverb* та у сталих виразах та ін. Наприклад: (Пані Хайнце у пошуках нареченого для своєї доньки):

«Haben Sie ihn schon gesehen?» – «Ein Bilderbuch von einem Mann! Groß, gutaussehend, denn er fährt einen dicken Wagen, liebenswürdig, charmant...» Und was sagt Patricia dazu? «Er ist nicht ihr Typ!» «Glauben Sie nicht, daß sie sich ihren Ehemann lieber selbst aussuchen sollte?» fragte ich vorsichtig. «Natürlich werde ich sie nicht mit Gewalt zum Standesamt schleppen, aber so ein bißchen Nachhelfen kann nichts schaden. Diese jungen Dinger haben doch überhaupt keine Menschenkenntnis. Für meine Kusine habe ich ja auch den richtigen Partner ausgesucht. Zu einem so bedeutsamen Schritt gehört Erfahrung!» [5, с. 147].

Стереотип вирізняється на фоні іншого вжитого матеріалу генералізованим змістом. Обговорюється конкретна дія, подія чи персона, потім за певною ознакою їй приписуються ознаки групи, (Singular→Plural: Patricia→diese jungen Dinger), або ознаки групи приписуються окремому представнику (Erfahrung gehört zu ähnlichem und einem so bedeutsamen Schritt). Маркерами стереотипу можна вважати частку doch (як про загальновідоме) та вживання неозначеного артикля з компаративною часткою so (zu einem so bedeutsamen Schritt), що вказує на приналежність до групи подібних. Дані стереотипи реалізуються за моделлю: **P(x,y): ErgNom + P + ErgAkk / ErgpD**.

Прості речення поширюються за допомогою різного роду freier Angaben (вільних поширювачів), роль яких виконують інфінітивні групи та конструкції, непоширені та поширені означення (erweiterte Attribute), герундів, модальні слова, Doppelkonjunktionen та інші конструкції, які не мають статусу речення, але імплікують суб'єктно-предикатне відношення (Subjekt-Prädikat-Beziehung). Наприклад:

- 1) *Man kann sich auch in eine hässliche Frau verlieben, nur nicht auf den ersten Blick.* [5, с. 121].
- 2) *Nur so oft erweitert Reisen nicht den Horizont, sondern nur die Gespräche* [5, с. 237].
- 3) *Na ja, von Birke kann ja wohl nicht mehr die Rede sein, eher von deutscher Eiche* [5, с. 7].
- 4) *Amerikaner und Alaskaner sind gewohnt, über weites Land zu herrschen* [3, с. 31].

Характерною ознакою вільних поширювачів є те, що вони: засвідчують зміну відомих стереотипів (1; 2), нагадують про існування національного стереотипу (3), втілюють інші (неочікувані) ознаки, покладені в основу стереотипів(4).

Роль «freier Angabe» (вільних поширювачів) у якості Ergänzung (валентної позиції) може виконувати також підрядне речення:

- 1) *Erwachsenbildung wird es geben, solange Kinder Hausaufgaben machen* [5, с. 225].

2) *Es gehört zweifellos zu den merkwürdigsten Gesetzmäßigkeiten der Vererbung, dass die unerwünschten Eigenschaften immer vom anderen Elternteil stamme* [5, с. 228].

Стереотип може оформлюватись також у вигляді складносурядних речень за рахунок однорідності, причинності, протиставлення, обмеженості подій тощо, відповідно до тематичних зв'язків між елементарними реченнями складносурядних. Елементарні речення можуть формально набувати статусу самостійних, проте це не послаблює існуючого між ними сурядного зв'язку. Наприклад: (Ein spanisches Sprichwort sagt: *Man liebt sich in der Dämmerung, man heiratet bei Kerzenschein. Aber Zusammenleben muß man bei Tageslicht* [4, с. 31]. Хоча прислів'я іспанське, але воно наводиться представником німецької лінгвостільності при обговоренні подружнього життя. Думка одного народу розділяється іншим (вихід стереотипу поза межі метального простору власної лінгвостільності).

Серед складних речень вирізняється група так званих ускладнених речень, це стягнені (zusammengezogene Sätze) та періоди (Satzperioden). Перші є наслідком елімінації певного члена речення з метою уникнення його повторення, другі характеризуються наявністю двох видів зв'язку: підрядного та сурядного. Наведемо приклади:

1) *Jeder erntet, was er gesät hat – nur der Gartenliebhaber nicht* [5, с. 160]. Наведене висловлення оформлене за моделлю:

**Erg Nom + P + NS + Konj + Erg Nom (+ P) + nicht (+ NS).**

2) *Die erste Hälfte unseres Lebens wird von den Eltern ruiniert, die zweite von den Kindern* (Clarence Seward Darrow). [Zit. Nach Kessler, i. 149].

Застосована модель: **Erg Nom + P + Erg pD + Erg Nom (+ P) + Erg pD**.

У даних прикладах під елімінацію попадає присудок, хоча фактично будь-який член речення може бути елімінованим.

Варіативні моделі стягнених речень залежать від того, за якою моделлю сконструйовано попереднє елементарне (чи складне) речення у складі стягненого.

3) *Gartenbesitzer gießen mit dem Schlauch, Gartenliebhaber nehmen die Kanne, weil leicht angewärmtes Wasser besser ist für die Pflanzen* [5, с. 159].

У прикладі 3 на стереотипність, окрім маркерів генералізації (Pluralform) вказує й порядок слів у weil-Satz: він засвідчує не онтологічну причинність, а чинить думку (у даному випадку садівників-любителів).

Елементарні речення у складі періоду (Satzperiode) оформлюються за моделями простого речення в залежності від виду присудка та валентності дієслова, яким він виражається, а також наявності та виду вільних поширювачів (freier Angaben). Варіативність моделей періоду (Satzperiode) зумовлює вид сурядного зв'язку (Konjunktionen у позиції 0 чи 1) та підрядного (сполучниковий/ безсполучниковий зв'язок).

Серед словосполучень вирізняються самодостатні у вираженні стереотипу та такі, що слугують лише маркерами стереотипу, оскільки потребують додаткових пояснень. До перших відносяться:

- словосполучення з етноцентричним прикметником у ролі атрибуту до стереотипної ознаки, вираженої іменником Adj<sub>Etnz</sub> + Substantiv<sub>eigenschaftswert</sub>: *hanseatische Frohnatur* [3, с. 28];
- словосполучення з етноцентричним іменником з прикметником – носієм стереотипної ознаки: Adj<sub>Eigenschaft</sub> + Substantiv<sub>entz</sub>: *schweigsame Finne, wortkarge Färöer-Bewohner* [3, с. 30], *brummige Amerikaner* [3, с. 30];



– багатокomпонентні словосполучення з обов'язковим етноцентричним компонентом (прикметником, простим чи складним іменником): *die grosse Seefahrtnation Schweiz* [4, с. 19]; *Liebesfaxen im Ostwestfalen-style* [4, с. 34];

– словосполучення з власним іменником-іменем відомої особи (прецедентним ім'ям): *in schönster James-Bond-Manier* [4, с. 159]; *Jungpädagogin nach Mutter-Teresa, nach Art eines Jack-Arnolds-Films* [4, с. 106]; *getreu dem Motto «Heute die Angelina Jolie!»* [4, с. 107].

Друга група містить словосполучення, які є несамоодостатніми у тому сенсі, що незрозумілою є ознака, яка стереотипізується. Такі словосполучення включені у більші за об'ємом текстові блоки, на основі яких і визначається стереотипна ознака. Наприклад:

*Vorletztes Silvester hatte Schatzi genau zwei Wünsche fürs neue Jahr. «Hör auf, es allen recht zu machen!» Punkt eins betreffend muss ich sagen: Das ist eine echte Frauenkrankheit. Immer dieses nervöse Checken, haben alle Kaffee in der Tasse und Torte auf dem Teller? Während Männer bei Licht um einen vollgesauten Tisch herum sitzen und den Spaß haben. Die Theologen werden irgendwann darauf kommen, dass Adam uns Frauen nicht nur eine Rippe unterjubelte, sondern auch einen Restposten Kummer-Gene aufs Auge drückte. So sind wir Frauen hin und her hetzende Duracell-Häschen, während der Kerl ruft: «Nun setz dich doch, Schatz!»* [4, с. 32].

Однією з порад чоловіка дружині на Silvester була: Перестань всім догоджати! У розвиток цієї поради Катja розмірковує про чисто жіночу «хворобу» (*eine echte Frauenkrankheit*). Це словосполучення, будучи частиною стереотипу-висловлювання, на рівні окремо взятого речення не є самоодостатнім у інформативному плані. Виникає питання «Що за хвороба?»

Проте у контексті стає зрозумілим, про що йдеться: під час прийому гостей жінка постійно хвилюється, чи всі мають каву, чи у всіх на тарілках є торт тощо. Словосполучення *eine echte Frauenkrankheit* є маркером стереотипу жінки – господині, яка приймає гостей. Наведені конкретні дії у таких випадках підсилюються вживанням словосполучення *Kummer-Gene uns Frauen aufs Auge drücken* (про Адама) та метафори: *So sind wir Frauen hin und her hetzende Duracell-Häschen*. На стереотипність такої думки про жінок вказують і такі маркери узагальнення як *uns Frauen* і *wir Frauen*. На відміну від жінок, чоловіків такі проблеми не хвилюють.

Як відомо, риторичні питання є тільки за формою питальними реченнями, за змістом та інтенційною спрямованістю вони є твердженнями. Відповідно виражаючи стереотипи вони легко трансформуються у стереотипи-твердження. Наприклад: 1). *Um zwei Uhr kam Felix. Allein. Auf meine erstaunte Frage, wo er denn seine derzeitige Freundin gelassen hatte, antwortete er lakonisch: «Wieso Freundin? Nimmst du denn Bier mit, wenn du nach München fährst?»* [5, с. 238]. Відомо, що Баварія (München) – країна пива. Тому таке риторичне питання не потребує відповіді. З ним можна тільки погодитись, оскільки це є твердження.

Високим ступенем емоційності характеризуються риторичні деліберативні об-питання не з питальною, а окличною інтонацією (у сусідстві з іншими риторичними питаннями). Наприклад:

*«Was?!» schrie sie, «das ist der Lohn für die glücklichen Stunden, die ich dir geschenkt habe, daß du mich jetzt gemein beschimpfst? Wie? Gestern hast du anders geredet! Pfui Teufel! Das ist der Dank? Das ist vielleicht ritterlich?! Das ist dein Dank, daß ich jetzt weinen muß?! O ihr Männer, ihr Schufte! Ob einer, auch nur einer von euch je eine Frau verstehen würde...!»* [2, с. 127].

Стереотипна думка про те, що жінку чоловікам не зрозуміти, висловлюється у різні епохи, та різними митцями.

Проведене нами дослідження показало, що з метою розпізнавання ментальних стереотипів конкретної лінгвостільноти слід зясувати та засвоїти певний набір засобів їх лексичного та граматичного вираження у експліцитному та імпліцитному вимірах.

Перспективним напрямком подальшого дослідження вбачаємо більш детальний порівняльний аналіз стереотипів німецької та української лінгвостільнот з особливою увагою до ідеолектальних стереотипів, стереотипоїдів, міжкультурної полісемії та омонімії.

### Література:

1. Маслова В. А. Когнитивная лингвистика / В. А. Маслова. – Минск : Тетра Системс, 2004. – 256 с.
2. Doderer H. v. Sie verkauft sich. Lächeln – Ein heiteres Lesebuch. – München : Wilhelm Heyne Verlag, 2008. – S. 120-128.
3. Lenz S. Der Amüsierdokter. Lächeln – Ein heiteres Lesebuch. – München : Wilhelm Heyne Verlag, 2008. – S. 24-28
4. Kessler K. Der Tag, an dem ich beschloss, meinen Mann zu dressieren. – München : Diana Verlag, 2011. – 204 s.
5. Sanders E. Radau im Reihenhause. – München : Wilhelm Heyne, 1986. – 348 s.
6. Sotschek R., Röneburg C. Christstollen mit Guinness. Eine deutsch-irische Bescherung. – Berlin : Ullstein Buchverlage GmbH, 2004. – 167 s.
7. Wahrig G. Deutsches Wörterbuch. 8., vollst. neu bearb. und aktualisierte Aufl. [Nachdr.] – Gütersloh : Wissen-Media-Verlag, 2008. – 1728 s.

Гриняк О. О.,  
ХДУ, м. Херсон

## ЛІНГВОСТИЛІСТИЧНІ ЗАСОБИ ВІДОБРАЖЕННЯ ЦІННОСТІ ОСОБИСТОСТІ У ПОЕТИЧНИХ ТЕКСТАХ

У статті виявлено слова-символи, образи-алегорії, образи-параболи, які впливають на експлікацію прихованого у поетичному тексті смислу. Зроблено спробу визначити засоби відображення соціальних, політичних змін ХХ століття в американських поетичних текстах. Обґрунтовано значущість залучення фонових знань та інтертексту для декодування смислу.

**Ключові слова:** імпліцитність, імплікат, індикатор імплікату, імплікативний простір.

В статье выявлены слова-символы, образы-аллегории, образы-параболы, влияющие на экспликацию скрытого в поэтическом тексте смысла. Сделана попытка определить способы отражения социальных, политических изменений XX столетия в американских поэтических текстах. Обоснована значимость привлечения фоновых знаний и интертекста для декодирования смысла.

**Ключевые слова:** имплицитность, имплицат, индикатор имплицата, имплицативное пространство.

In the article the word-symbols, allegorical images, parables influencing the explication hidden in poetic texts sense are defined. An attempt is made to identify the means of reflection of the social, political changes of the XX century in the American poetry. The value of extra-textual knowledge and intertext is proved to decode the senses.

**Key words:** implication, implicate, indicator of implicate, implicative space.

Постійною увагою науковців до проблеми породження природи імпліцитності, дослідження якої у кожній новій науковій парадигмі не висчерпує її сутності, а лише висвітлює нові грані й перспективи вивчення, пояснюється **актуальність** вибору теми. **Метою** статті є визначення лінгвокогнітивних механізмів виявлення прихованого смислу у віршованих текстах шляхом залучення фонових знань та інтертексту. Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі **завдання**: уточнити визначення понять імплікативний простір, імплікат, індикатор імплікату; виявити слова-символи, образи-алегорії, образи-параболи, що впливають на реалізацію імплікатів у поетичному тексті.

У контексті дослідження під імплікативним простором розуміємо систему імплікатів, парадигматично пов'язаних та упорядкованих між собою в єдине смислове ціле. Імплікат – це компонент смислу, прихований у художньому тексті й актуалізований за допомогою індикаторів. Індикатори імплікатів – це стилістично марковані одиниці поетичного тексту (слова-символи, образи-параболи).

На початку ХХ століття на перший план виступає образ простої, нічим не примітної «маленької» людини з її проблемами, переживаннями, системою духовних прагнень, цінностей і бажань. У збірці Е. Лі Мастерса «Spoon River Anthology», у якій через смерть зображується життя пересічних громадян міста, кодується імплікат **цінність особистості**. Вибір жанру епітафії слугує постійним нагадуванням читачу про те, що життєвий шлях закінчено і немає ходу назад:

*Where are Elmer, Herman, Bert, Tom and Charley,  
The weak of will, the strong of arm,  
the clown, the boozier, the fighter?  
All, all are sleeping on the hill* [1, p. 198].

Слово-символ «hill» у поезії Е. А. Робінсона, Е. Лі Мастерса має імпліцитний смисл – *місце останнього при- тулку*, у контексті віршу в поєднанні з переліком власних імен із застосуванням лінгвокогнітивної операції конкретизації дозволяє виявити центральний імплікат – **цінність особистості**. Слід зазначити, що визнання і слава у багатьох випадках приходять саме після смерті, тоді коли людину вже не повернути.

Урбаністична Америка ХХ століття повинна була знайти «співця» своєї індустріальної могутності. Ним став Карл Сендберг (1878-1967). Наприклад, індикаторами імплікату **високорозвинуте місто** виступають образи-алегорії, що позначають професії, які приносять прибуток:

*Hog Butcher of the World,  
Tool Maker, Stacker of Wheat,  
Player with Railroads and Nation's Freight Handler* [1, p. 206].

Протиставлення позитивно маркованих *proud* (гордий), *strong* (сильний), *cunning* (чаруючий) і негативно маркованих епітетів *wicked* (злий, аморальний), *crooked* (спотворений, нечесний), *brutal* (жорстокий нелюдський), *coarse* (грубий), використаних для опису «City of the Big Shoulders» [1, p. 206] є індикаторами імплікату **двобічність індустріальної цивілізації**. Індустріальна цивілізація з одного боку будує і створює (*building*), а з іншого – руйнує і калічить (*wrecking, breaking*) життя людей.

На відміну від Е. А. Робінсона, Е. Лі Мастерса, К. Сендберг висуває протилежний **цінності особистості** імплікат **знецінення життя** у таких поетичних текстах як, наприклад, «Limited», «Grass», «Chicago». Життя міне і тіло стане попелом: «*and all the men and women laughing in the diners and sleepers shall pass to ashes*» [1, p. 208]. Із часом усе забудеться: імена, події, місця колишньої слави і колишніх поразок:

*Pile the bodies high at Austerlitz and Waterloo.  
Shovel them under and let me work –  
I am the grass; I cover all.  
Two years, ten years, and passengers ask the conductor:  
What place is this?  
Where we now?* [1, p. 210]

К. Седберг звертається до фонових знань читачів з історії про кровопролитні бої між армією Наполеона I із союзниками військами Росії і Австрії (Аустерліц) й англо-голландськими (Ватерлоо) [3, с. 273], акцентуючи увагу на тому, що з плином часу вже не можливо віднайти місця сутичок, поховань полеглих у боях, тому що вони покриті травою (*I am the grass; I cover all*). Алегоричний образ – трава (*grass*) – набуває імпліцитного смислу: «те, що зітре із пам'яті спогади». Цей образ має інтертекстуальні властивості, порівняйте із російським прислів'ям «всякая могила травой поростет».

Центральним імплікатом в поезії Р. Джефферса є **знецінення життя**:

*I have seen far stars weighed and their distance measured,  
and the powers that make the atom put into service – For what? –  
To kill half a million flies – men I should say – at one slap* [1, p. 256].

Параболічне посилення на масштабні наукові відкриття та історичні події XX століття слугує основою для розкриття імпліцитного смислу віршу:

1) відкриття залежності від абсолютного розміру зорі та спектральним класом зорі (*I have seen far stars weighed and their distance measured*);

2) відкриття атомного ядра, розробка планетарної моделі атому, штучна ядерна реакція, відкриття розщеплення ядра урану (*the powers that make the atom put into service*);

3) вступ у 1941 році Сполучених Штатів у Другу Світову війну, після бомбардування японськими літаками американської військово-морської бази Перл-Харбор, на Гавайях: (*To kill half a million flies – men I should say – at one slap*).

Подолати свої страждання, які несуть безкінечні війни, бездумний технологічний розвиток, можливо лише шляхом пізнання неосяжної краси всесвіту «*Divinely superfluous beauty*» [1, p. 250]), визнання вражаючої довершеності всього суцього:

*But if the human animal were precious  
As the quick deer or that hunter in the night the lonely puma  
I should be pleased to lie in one grave with 'em* [1, p. 256].

Інтертекстуальний зв'язок вірша А. Гінзберга «A Supermarket in California» з «Божественною комедією» Данте простежується через зображену уявну зустріч з У. Уйтменом, що нагадує зустріч Данте з Вергілієм. Однак місцем зустрічі виступає не ліс, а супермаркет. Образ-алегорія «supermarket» є індикатором імплікату **суспільство**. Це суспільство, що функціонує за законами ринку, де все покупається і продається, суспільство, у якому, навіть перебуваючи серед собі подібних, людина почуває себе самотньою: «lonely old grubber, we'll both be lonely, lonely old courage-teacher» [4, p. 462-464]

У вірші А. Гінзберга «A Supermarket in California» образ-алегорія «supermarket» є індикатором імплікату **суспільство**. Це суспільство, що функціонує за законами ринку, де все покупається і продається, суспільство, у якому, навіть перебуваючи серед собі подібних, людина почуває себе самотньою: «lonely old grubber, we'll both be lonely, lonely old courage-teacher» [4, p. 462-464]. У супермаркеті А. Гінзберга увага сконцентрована на людській особистості, імплікат **цінність особистості** висувається на перший план.

Якщо на початку століття більша увага приділялась опису невеликих міст, як макромоделей суспільства, то в другій половині – великим (Чикаго в творчості К. Седберга, Каліфорнія, Сан-Франциско, Нью-Йорк у віршах А. Гінзберга), з необмеженими можливостями, але нещадними до щирих почуттів, проявів людяності, любові: «will we stroll dreaming of the lost America of love» [4, p. 462].

Протестуючи проти жаги будь-якою ціною зробити кар'єру, проти знеособленості, безпристрасності, культу речей центральним імплікатом поезії А. Гінзберга стає **цінність особистості**. Периферійними виступають імплікати **самовираження, свобода поглядів, повноцінність існування**:

– *We're not our skin of grime, we're not our dread bleak dusty imageless locomotive, we're all beautiful golden sunflowers inside, we're blessed by our own seed ...* [4, p. 468].

Образу-алегорії «locomotive», імпліцитний смисл якого – **цивілізація**, відповідає аналогічний образ «express», створений К. Седбергом. Однак, якщо у поетичних текстах К. Седберга «express» є позитивно маркованим: «цивілізація, що стрімко розвивається, прагнучи досконалості», то «locomotive» А. Гінзберга наділений негативними якостями: *dread, bleak, dusty, imageless*.

Зважаючи на той факт, що А. Гінзбергу належить термін, що склався під впливом східної філософії та релігії, – «Влада Квітів», зміст якого полягає у тому, що квіти, музика, поезія здатні протистояти насиллю і руйнації [2], можна зробити висновок, що слова-символи «sunflower» і «seed», прихований смисл яких **краса і життя** відповідно, підпорядковується центральному імплікату **цінність особистості**.

Таким чином, якщо на початку XX століття до стрімкого індустріального розвитку країни ставилися з наснагою і вірили, що він приведе до процвітання як усієї країни в цілому, так і кожного її громадянина зокрема, то друга половина минулого століття відкрила усі негативні наслідки технічного прогресу: ріст спекуляцій на фондовому ринку, гонка озброєнь, війни за сферу впливу, забруднення навколишнього середовища. Шлях подолання проблем, з якими зіштовхнулося сучасне суспільство, у єднанні з природою і в ній знаходять притулок від невпинного руху цивілізації.

### Література:

1. Американская поэзия в русских переводах XIX-XX вв.: [сост. С. Б. Джимбинов]. – М. : Радуга, 1983. – 667 с.
2. Могути Я. Интервью с Алленом Гинзбергом. – [Електронний ресурс]. – Режим доступа : <http://www.mitin.com/people/mogutin/ginsberg.shtml>.
3. Энциклопедия знаний. Мудрость. Факты. Открытия / [редкол.: Л. Г. Стахурская, Н. А. Таранова, Т. Н. Юкало]. – М. : Изд-во Сталкер, 2004. – 768 с.
4. The Norton Anthology of American Literature / Ed. by N. Baym, R. Gottesman, L. B. Holland and others. – N. Y., L. : W. W. Norton & Company, 1989. – P. 460-470.

Грошко Т. В.,  
БДФЕУ, м. Чернівці

## ДИСКУРС У ЛІНГВІСТИЧНІЙ ПАРАДИГМІ: ЖАНРОВА КЛАСИФІКАЦІЯ (БАНКІВСЬКИЙ, ПУБЛІЦИСТИЧНИЙ ТА ХУДОЖНИЙ ДИСКУРСИ)

*У статті досліджуються три типи дискурсу (банківський, публіцистичний та художній). Наведено класифікація дискурсів та їхні основні риси та ознаки.*

**Ключові слова:** дискурс, вторинна номінація, банківський термін, банківські номінації, номінативний ланцюжок.

*В статье исследованы три типа дискурса (банковский, публицистический и художественный). Проанализировано классификацию дискурсов, их основные черты и признаки.*

**Ключевые слова:** дискурс, вторичная номинация, банковский термин, банковские номинации, номинативная цепочка.

*The article examines three types of discourse (bank, journalistic and belles-lettres). The classification of discourses and their main features and characteristics are examined.*

**Key words:** discourse, secondary nomination, banking term, banking nomination, nominative chain.

Функціонуючи у різних сферах суспільного життя, мова набуває типових стильових ознак. Ці колективно усвідомлені різновиди мови, що об'єднують мовні одиниці за їх функціональним призначенням у певні структури, утворюють систему функціональних (або структурно-функціональних) реєстрів.

У сучасному мовознавстві дискурс розглядається як мовленнєве явище, що складається з учасників комунікації, ситуації спілкування та тексту як його продукту [3; 3]. Іншими словами, дискурс – це абстрактний інваріантний опис структурно-семантичних ознак, реалізованих у конкретних текстах. У процесі комунікації є максимальною можлива відповідність між дискурсом як абстрактною системою правил і дискурсом (або текстом) як конкретним вербальним втіленням цих правил.

Багатоплановість дискурсу як об'єкта дослідження зумовила багатоаспектність його вивчення.

Так, З. Я. Тураєва розрізняє п'ять основних аспектів поняття дискурс: 1) онтологічний; 2) гносеологічний; 3) лінгвістичний; 4) психологічний; 5) прагматичний [2, р. 109].

М. І. Откупщикова виокремлює 6 основних аспектів дискурсу: 1) комунікативний; 2) модальний; 3) структурний; 4) прагматичний; 5) референційний; 6) номінативний [1, с. 44].

Як і більшість сучасних лінгвістів, ми дотримуємося думки, що саме дискурс можна вважати процесом і результатом мовної діяльності комунікантів.

Особливо важливого значення при описі дискурсивної номінації набуває врахування специфіки породження дискурсу. Номінаційні одиниці як складові дискурсу диференційовано залежно від конкретного позначення денотата та сигніфікату: однооб'єктні номінації формують ланцюг кореферентності, ономаціологічну парадигму назв; різнооб'єктні – позначають різні референти.

У структурі банківського дискурсу знаходить відображення тип певної особистості і, як наслідок, перспективним видається дослідження дискурсу особистості, зокрема – авторитарної [4, с. 13]. Використання комунікантами стратегій і тактик некооперативного спілкування приводить до визначення та вивчення конфліктного дискурсу.

Банківський дискурс, за нашими спостереженнями – це цільові висловлювання, насичені складною та специфічною термінологією, яка потребує володіння відповідними знаннями й мовленнєвою діяльністю банківської сфери.

Фаховий (банківський) дискурс використовується при створенні банківських документів, написанні звітів тощо.

Банківський дискурс охоплює: грошово-кредитну справу, головним суб'єктом банківської справи є банк; залучення у вклади грошових коштів фізичних і юридичних осіб, розміщення зазначених коштів від свого імені, на власних умовах і на власний ризик, відкриття та ведення банківських рахунків фізичних і юридичних осіб; сферу, яка є однією з найважливіших і невід'ємних структур ринкової економіки; сукупність різних взаємопов'язаних банків та інших кредитних установ, що діють у рамках єдиного фінансово-кредитного механізму.

Лексика банківського дискурсу складається із трьох груп лексичних одиниць: спеціальної фахової лексики (*Forfeiting, Deposit, Off-balance, countinghouse etc*), загальнонаукової (*savings bank, money box, cash in hand*) і міжгалузевої (*balance sheet, accounting, depository financial institution*), загальноповсякденної лексики (*transaction, funds, investment, firm*). Фактологічний аналіз показав, що специфіка банківського дискурсу зумовлена тим, що концепт «BANK» функціонує в межах трьох контекстів: банківської справи, оскільки банківський компонент є складовою значення; міжгалузевої лексики; у вузькофаховому фаховому контексті, до якого безпосередньо належить предмет банківська справа.

Банківському дискурсу властиві ознаки, що виявляються у його надзвичайно чіткій структурованості. Ці ознаки передаються через низку метадискурсивних мовних одиниць, які допомагають адресату ліпше орієнтуватися в дискурсі.

На основі проаналізованих текстів, для банківського дискурсу характерні: **вживання слів у прямому значенні; понятійність і предметність тлумачень; логічна побудова; наявність специфічних термінів; об'єктивний аналіз; узагальненість понять і явищ; точність і лаконічність висловлювань; аргументація та переконливість тверджень; однозначне пояснення причинно-наслідкових відношень; докладні висновки; широке використання складних речень, зокрема складнопідрядних з чітким логічним зв'язком між компонентами.**

У результаті аналізу текстових фрагментів, що репрезентують банківський дискурс, ми дійшли висновку, що основні мовні засоби спрямовані на інформування та пізнання і характеризуються:

- великою кількістю наукових номінацій, де ядерним виступає компонент «**BANK**» (*overdraft, deposit, clearing bank, debit, etc*);
- існуванням схем, таблиць, графіків, діаграм та інших знаків, які вживаються в банківській справі;
- наявністю чіткої композиційної структури тексту (послідовний поділ на розділи, частини, пункти, підпункти, параграфи, абзаци із застосуванням цифрової або літерної нумерації);
- вживанням, поряд із переважним використанням іменників та відносних прикметників, дієслівних форм, узагальнених чи неозначених, як правило, теперішнього часу, що констатують певні явища й факти; значною роллю дієприслівникових та дієприкметникових зворотів, які додатково характеризують дії, предмети та явища;
- монологічним характером дискурсів.

Отже, банківський дискурс є специфічною функціонально-комунікативною категорією, за допомогою якої реалізується інтенція адресанта в плані поліпшення ефективності комунікації.

Публіцистичний дискурс дає широкий матеріал для розв'язання численних проблем мовної комунікації, комунікативної діяльності. У нашому дослідженні цей тип дискурсу, тематично маркований банківськими термінами, виконує функцію формування масової свідомості, впливу на неї через добір банківської інформації.

Стилістичні риси цього дискурсу такі:

- документалізм, що виявляється в об'єктивності та перевірності фактологічності викладу;
- стриманість, офіційність, що підкреслюють значущість фактів, інформації;
- узагальненість, абстрагування та понятійність викладу матеріалу.

Наприклад:

*Other reports will include consumer credit for February (Monday); wholesale trade inventories for February (Wednesday); the February trade deficit (Thursday); and March import prices and the Reuters/University of Michigan consumer sentiment survey (Friday)* [5], де наявні риси офіційності та понятійності.

*According to traders, at the close of the New York cash market on Friday, the rate on the outstanding three the six-month bill was 1. 52 percent and the rate on the four 1. 49 per cent* [5], даний текстовий фрагмент показує перевірність фактологічності викладу.

Художній дискурс як різновид мови, що виражає мистецьку форму суспільної свідомості, слугує для художньо-творчої діяльності мовців і має мистецьку сферу поширення. Основна ознака художнього дискурсу – використання мовних засобів у образно-естетичній функції.

Основними ознаками художнього дискурсу виступають: відтворення дійсності в образній формі; експресія як інтенсивність вираження; зображуваність; відсутність певної регламентації використання засобів та способів їх поєднання, будь-яких приписів; суб'єктивізм розуміння та відображення.

Основні мовні засоби художнього дискурсу, в тому числі і в тематично-маркованих художніх творах, які є предметом нашого дослідження:

- наявність усього багатства найрізноманітнішої лексики, переважно конкретно-чуттєвої (назви осіб, речей, дій, явищ, ознак): *He was likewise curious about stocks and bonds and he learned that some stocks and bonds were not worth the paper they were written on, and that others were worth much more than their face value indicated* [6];

- використання емоційно-експресивної лексики (синонімів, антонімів, анонімів, фразеологізмів): *He was a big man, enormous, with a face, his father said, something like that of a pig; and he wore a high beaver hat and a long frock-coat which hung loosely about his big chest and stomach* [6];

- запровадження авторських новотворів (слів, значень, виразів, формування індивідуального стилю митця): *... livelihood and a personal spear on which to impale governments, presidents, prime ministers, and assorted politicians when any of their fiscal acts displeased him* [6];

- широке використання різноманітних типів речень, синтаксичних зв'язків.

Функціональні дискурси взаємодіють між собою. Найбільше це стосується художнього, публіцистичного та розмовного реєстрів. Замкнутими, стійкими є офіційно-діловий, науковий, конфесійний реєстри. Складовими фахового дискурсу виступають номінативні одиниці.

#### Література:

1. Откупщикова М. И. Синтаксис связного текста: [учебное пособие]: / М. И. Откупщикова. – Л. : Изд-во Ленингр. ун-та, 1982. – 103 с.
2. Тураева З. Я. Лингвистика текста и категория модальности / З. Я. Тураева // Вопросы языкознания. – 1994. – № 3. – С. 105-114.
3. Шевченко І. С. Проблеми типології дискурсу. Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен / І. С. Шевченко, О. І. Морозова. – Х. : Константа, 2005. – 354 с.
4. Poluzhyn M. Basic Problems of Speech Act Theory / М. М. Poluzhyn, Vrabel T. – Uzhhorod : Lira, 2005. – 100 p.
5. Bank of America Accused in Ponzi Lawsuit: <http://www.wallstreetjournal.com>.
6. Dreiser Th. The Financier / Th. Dreiser [Електронний ресурс]. – Режим доступу до тексту : // <http://www.gutenberg.org>.

*Доронкіна Н. Є.,  
Національний Технічний університет України «КПІ», м. Київ*

## КАТЕГОРІЇ НАУКОВОГО ДИСКУРСУ

*Статтю присвячено аналізу дискурсивних категорій. З'ясовуються універсальні та специфічні категорії аргументативного та наукового дискурсу. Розглядається дискурсивна модель.*

*Ключові слова:* категорія, дискурс, аргументативність, діалогічність, авторитетність, прецедентність.

*Статья посвящена анализу дискурсивных категорий. Выясняются универсальные и специфические категории аргументативного и научного дискурсов. Рассматривается дискурсивная модель.*

*Ключевые слова:* категория, дискурс, аргументативность, диалогичность, авторитетность, прецедентность.

*The article focuses on discourse category interpretation. The general and specific categories of argumentative and scientific discourse are found out. The model of discourse is dealt with.*

*Key words:* category, discourse, argumentativity, interlocutivity, authority, precedentivity.

Роль науки у сучасному суспільстві постійно зростає. Тому всебічне вивчення наукового дискурсу стає одним з найважливіших завдань лінгвістики, що визначає **актуальність статті**.

**Метою** запропонованого розгляду є визначення специфічних ознак наукового дискурсу як різновиду аргументативного дискурсу. (а может быть на оборот: аргументативний дискурс різновид наукового?)

При комунікативному підході до вивчення тексту, останній розглядається як процес. На відміну від структурної моделі опису тексту, яка використовується у стилістиці, у лінгвістиці тексту стає необхідним перехід до комунікативної моделі. Цей перехід відбувається у кількох напрямках, зокрема «концептуально і термінологічно протиставляються текст, занурений у ситуацію реального спілкування, тобто дискурс, і текст поза такою ситуацією» [7, с. 185-186].

Один з напрямків функціоналізму, комунікативний функціоналізм, вивчає мову під кутом «своєї ролі у комунікації людей і розглядається як система такої комунікації, а не як необмежена множина структурних описів речень» [6, с. 262-263] «...текст, як одна з матеріальних форм дискурсу втілює та маніфестує певні загальні властивості комунікативної ситуації, тому що всі властивості тексту слугують одній меті – комунікативній взаємодії як інформаційного обміну і дії» [10, с. 191-192].

З точки зору стилістики та лінгвістики тексту, всім текстам властиві фундаментальні характеристики, що називаються текстовими категоріями [7, с. 185-186]. Серед текстових категорій виділяють функціональні семантико-стилістичні категорії. Кожна категорія є системою різнорівневих мовних засобів, об'єднаних функціонально-семантично та стилістично в текстовій площині. Вони реалізують категоріальні ознаки тексту як представника функціонального стилю. У дискурсології текстово-дискурсивними категоріями вважають надпарадигматичні властивості низки текстів в різних дискурсах.

З точки зору соціолінгвістики виділяють такі типи категорій дискурсу:

- 1) конститутивні, що дозволяють відрізнити текст від не тексту (відносна оформленість, тематична, стилістична та структурна єдність;
- 2) жанрово-стилістичні, що характеризують тексти в плані їх відповідності функціональним різновидам мовлення;
- 3) змістовні, тобто семантико-прагматичні, що розкривають смисл тексту;
- 4) формально-структурні, що характеризують спосіб організації тексту [7, с. 185-186].

Ми будемо вважати категорією дискурсу фундаментальну характеристику, що властива тексту у ситуації спілкування.

Для того, щоб всебічно описати будь-який тип дискурсу Т. В. Анісімовою була запропонована модель, де всі ознаки дискурсу об'єднані в групи відповідно до трьох рівнів: системного, стратегічного та тактичного.

На системному рівні, де мова йде про глобальні ознаки всіх типів дискурсу, встановлюється відповідність типів дискурсу з метою мовлення та визначається мовленнєва макроінтенція, наприклад, вплив на співрозмовника.

На рівні стратегії, де складається модель дискурсу і визначаються його загальні ознаки, виділяється тип комунікації, що відповідає макроінтенції. Аргументативна комунікація представляється як спілкування між індивідами або між індивідом та аудиторією, спрямована на дію і контроль за свідомістю тих, хто сприймає мовлення, з метою внесення змін у модель адресата і встановлення консенсусу між мовцем та слухачем. Мовленнєва стратегія аргументативного дискурсу – переконання.

На тактичному рівні визначається тактика переконання, що базується на аналізі ситуації та слухача, а також розглядаються мовні та стилістичні особливості певного жанру, його композиція та типова аргументація.

Виділяють такі мовленнєві тактики аргументативного дискурсу, як: твердження, пропозиція, порада, попередження, погроза, прохання, вимога та інші.

Аргументативний дискурс має набір універсальних і специфічних категорій, що характеризують комунікативну ситуацію як суперсистему, де текст виступає як семіотична системна форма, що опосередковує організацію мовленнєвої взаємодії комунікантів [3, с. 403]. До складу універсальних категорій аргументативного дискурсу належать прагматичність, релевантність, когерентність, когезія та інші.

До специфічних категорій належить аргументативність. Вона виражається через лінгвістичні та риторичні засоби, які сприяють досягненню переконуючого ефекту та базуються на логіко-риторичних характеристиках

тексту, що реалізують дію адресанта на думку та раціональні оцінки реципієнта. Категорію аргументативності вважають надбудовою над текстовими категоріями першого порядку, а саме цілісністю, зв'язністю, інформативністю, імпліцитністю, персональністю, інтертекстуальністю, та іншими, тому що вона забезпечується цими категоріями.

Крім того аргументативність тексту визначають як доказовість, яка забезпечується висуненням тези і послідовним розглядом доводів на користь його істинності. Також розглядаються протилежні доводи та спростовується антитеза [11, с. 170-173].

З аргументативністю тісно пов'язана категорія оцінки, яку визначають як сукупність різнорівневих мовних одиниць, об'єднаних оціночною семантикою. Використання факторів оцінки виступає як сильний засіб природномовної аргументації, оскільки наслідком оцінювання є рекомендація, тобто вплив на реципієнта. Функціонування в аргументативному дискурсі оціночних значень базується на модусах перцепції [4]. Процес оцінювання має суб'єктивний та об'єктивний фактори. Перший пов'язаний з можливістю позитивного чи негативного відношення суб'єкту оцінки до її об'єкту, а останній орієнтується на властивості предмету чи явища, на базі яких робиться оцінка [2, с. 24-33].

Характерною рисою аргументативного дискурсу є діалогічність [1, с. 14]. Очевидно, що в процесі аргументації завжди присутні як аргументатор, так і особа чи особи, на кого спрямована аргументація. Крім того, у відповідності до теорії поліфонії, у будь-якому тексті присутні як мінімум два голоси, на які вказують аргументативні зв'язки (навіть, принаймні, та інші) та аргументативні оператори (всього лише, напевно, майже та інші), що надають специфічну аргументативну силу і аргументативну спрямованість дискурсу одночасно натякають на присутність опонуючого співрозмовника. Сполучники природної мови теж мають аргументативний смисл [9].

До дискурсоутворюючих категорій аргументації належать категорії модальності, негативності і каузативності [1, с. 4].

Широке використання негативності в аргументативному дискурсі пояснюється її здатністю виражати протиставлення, що є ключовим поняттям для аргументації. Негативність у формі заперечення виконує функцію виділення реми, переміщуючи комунікативний фокус в висловлюванні і дискурсі, що підсилює аргументативний ефект, з одного боку, з іншого – заперечення в реченні потребують підвищених інтелектуальних зусиль для обробки повідомлень, що знижує ефект. Один з прийомів аргументації – акцентування, тому велику роль грає синтаксична позиція заперечення в реченні, оскільки заперечення тяжіє до синтаксично сильних позицій, наприклад, позиції при предикаті. Крім того, заперечення здатне підвищити інші синтаксичні позиції, зокрема позиції при обставині та додатку.

Категорія модальності концентрує антропоцентризм аргументативного дискурсу. Вона характеризує відношення мовця до висловлювання та відношення змісту висловлювання до дійсності. За допомогою цієї категорії мовець фіксує своє положення і регулює відносини між адресатом та адресантом. Межі дії модальності поширюються від граматичної категорії способу дії до охоплення великого обсягу лінгвістичних засобів.

Каузативність в лінгвістичному розумінні базується на категорії причини, що передає значення, що пов'язують у свідомості мовця два факти як наслідок часових відносин та відносин причини-наслідку. Аргументацію можна розглядати як вид каузативі з глобальними каузальними зв'язками між аргументатором і реципієнтом. Локальна каузативність, виражена за допомогою каузальних зв'язок слугує інструментом обґрунтування в процесі аргументації [1, с. 91-250].

У класифікації дискурсів за сферою використання виділяють науковий дискурс, у якому аргументативна комунікація грає важливу роль, тобто науковий дискурс містить фрагменти аргументативного дискурсу.

Таким чином, науковому дискурсу притаманні універсальні дискурсивні категорії, специфічні категорії наративного та аргументативного дискурсів а також категорії, характерні саме для наукового дискурсу, до яких належать категорії авторитетності та прецедентності [5, с. 47-48].

Категорія авторитетності є однією з найважливіших складових комунікативного процесу. У науковому дискурсі вона проявляється через посилання на думку авторитетних вчених та цитат, результати емпіричних досліджень, загальноновизнані істини.

Категорія прецедентності тісно пов'язана з прецедентними текстами, згаданими вище. «Прецедентний текст завжди формує деякий концепт, соціопсихічне утворення, що характеризується багатомірністю та ціннісною значимістю.» [8, с. 348].

Отже, запропоноване дослідження дозволяє зробити висновок, що науковому дискурсу властиві універсальні дискурсивні категорії, специфічні категорії аргументативного дискурсу, а також специфічні категорії, зокрема авторитетність та прецедентність.

### Література:

1. Белова А. Д. Лингвистические аспекты аргументации. – К., 1997. – 300 с.
2. Вольф Е. М. Функциональная семантика оценки. – М. : Наука, 1985. – 228 с.
3. Габидуллина А. Р. Категории учебно-педагогического дискурса (к проблеме классификации) / А. Р. Габидуллина. // Ученые записки ТНУ им. В. И. Вернадского. Сер. «Филология». – 2007. – Т. 20 (59). №3. – С. 402-406
4. Гавенко С. В. Анализ аргументативного эффекта оценочной семантики в естественном языке (на материале американских текстов) / С. В. Гавенко // [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://www.dialog-21.ru/Archive/2001/volume1/1\\_8.htm](http://www.dialog-21.ru/Archive/2001/volume1/1_8.htm) (9. 08.2012)
5. Григорьева В. С. Дискурс как элемент коммуникативного процесса: прагмалингвистический и когнитивный аспекты: монография / В. С. Григорьева. – Тамбов : ТГТУ, 2007. – 288 с.

6. Демьянков В. З. Доминирующие лингвистические теории в конце XX века // В. З. Демьянков // [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.infolex.ru/DOMINAT.html> (11.08.2012).
7. Карасик В. И. О категориях дискурса / В. И. Карасик // Языковая личность: социолингвистические и эмотивные аспекты. Сб. науч. тр. – Волгоград : Перемена, 1998. – С. 185-197.
8. Кашкин, В. Б. Сопоставительные исследования дискурса / В. Б. Кашкин // Концептуальное пространство языка; Тамб. гос. ун-т. – Тамбов, 2005. – С. 337-353.
9. Мигунов А. И. Аналитика и диалектика: два аспекта логики/ А. И. Мигунов // [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://anthropology.ru/ru/texts/migunov/slinin.html> (10.08.2012).
10. Селиванова Е. А. Основы лингвистической теории текста и коммуникации. – К. : Фитосоциоцентр, 2002. – 336 с.
11. Шелестюк Е. В. Текстовые категории аргументативности, суггестивности и императивности как отражение способов речевого воздействия // Вестник Челябинского государственного университета Сер. «Филология». Искусствоведение. Вып. 26. Челябинск, 2008. – С. 170-176.



Дунаєвська О. В.,

викладач кафедри іноземних мов Київського національного медичного університету імені О. О. Бомольця, м. Київ

## КОНЦЕПТ «ХРЕЩЕННЯ ДИТИНИ» В БРИТАНСЬКІЙ ЛІНГВОКУЛЬТУРІ

*У статті йдеться про специфіку лінгвокультурного концепту «Хрещення дитини», як основи однойменного ритуалу. Стаття висвітлює особливості основних компонентів концепту «Хрещення дитини» та їх значення в британській лінгвокультурі.*

**Ключові слова:** когнітивна лінгвістика, лінгвокультурологія, ритуал, концепт, Хрещення дитини.

*В статье рассматривается специфика лингвокультурного концепта «Крещение ребенка» как основы однойменного ритуала. Статья затрагивает особенности основных компонентов концепта «Крещение ребенка» и их значение в британской лингвокультуре.*

**Ключевые слова:** когнитивная лингвистика, лингвокультурология, ритуал, концепт, Крещение ребенка

*The article highlights the specific aspects of linguacultural concept «Infant Baptism» as a core element of the same ritual. The article also deals with the special component issues of the concept «Infant Baptism» and its significance for British linguaculture.*

**Key words:** cognitive linguistics, linguaculturology, ritual, concept, Infant Baptism.

**Постановка наукової проблеми та її значення.** Рушійним важелем лінгвістики кінця ХХ – початку ХХІ століть є розуміння мови, як динамічного утворення, притаманного людині. Саме цим пояснюється її антропоцентричне вивчення та сприйняття [2, с. 31]. З часом антропоцентрична «лихоманка» охоплює не лише лінгвістичні студії, але й низку інших наук. У що лакуну потрапляє й лінгвокультурологія, яка вивчає мову в тісній взаємодії зі свідомістю, мисленням людини та її духовним світом [8, с. 28]. Таким чином, в межах даного наукового напрямку враховуються зв'язки мови з іншими сферами, котрі разом забезпечують прагнення людини пізнати себе і світ навколо [4, с. 380-384].

Вивчення ритуалу Хрещення передбачає розгляд особливостей британської лінгвокультурної спільноти, в межах котрої він відбувається. Дане дослідження потребує залучення термінологічної бази лінгвокультурології, основою якої є явище культурного або лінгвокультурного концепту.

**Аналіз досліджень із цієї проблеми.** Проблематикою культурного концепту займалися В. І Карасик, С. Г. Воркачов, В. А. Маслова, Ю. С. Степанов, С. Д. Лихачов, Г. Г. Слишкін, Р. М. Фрумкіна, Н. Д. Артонова, В. М. Телія та ін. Лінгвокультурний концепт англословного середовища привертає неабияку увагу науковців, про що свідчить наявність низки досліджень з цієї проблематики, серед них: концепт «шлях» (Пальчевська О. С.), концепт «жіночість», концепт «чоловік» (Бондаренко О. С.), концепт «жінка» (Васюк В. В., Бондаренко О. С.), концепт «торг» (Петлина Ю. В.), концепти «індивідуалізм», «процвітання», «свобода», «сім'я», «дім», «демократія», «мир», «клас», «рівність» (Городецька О. В.) та інші. Серед переважної більшості досліджуваних концептів практично відсутні концепти, що пов'язані з ритуальною діяльністю людини.

**Мета** дослідження – вивчення ролі, структури та значення лінгвокультурного концепту «Хрещення дитини» шляхом аналізу однойменного ритуалу – визначила необхідність розв'язання таких завдань: 1) структуризація лінгвокультурного концепту «Хрещення дитини»; 2) виявлення та опис основних складових ситуації реалізації концепту «Хрещення дитини»; 3) виокремлення типових шарів концепту «Хрещення дитини»; 4) встановлення та опис ядерних і периферійних елементів концепту «Хрещення дитини» 5) опис специфіки розподілу функціональних ролей ядра концепту «Хрещення дитини».

Концепт, як термін, є поліфункціональним явищем, адже залучається до термінологічного інструментарію відразу кілька наукових напрямків. В рамках лінгвокультурологічної парадигми термін «концепт» отримує такі дефініції як: певне відображення результату симбіозу національних традицій і фольклору, релігії та ідеології, життєвого досвіду й творів мистецтва, відчуттів та систем цінностей, що є нічим іншим як практичною філософією людини, котра є посередником у зв'язку «людина-світ» [1, с. 3]; згусток культури в свідомості людини, за допомогою котрого культура входить в свідомість людини, а людина – в культуру [11, с. 40-41]; напрямок від культури до індивідуальної свідомості [6, с. 144]; одиниця колективної свідомості, котра має мовне вираження та відзначається особливою культурною специфікою [3, с. 68], носій колективного значення, базова одиниця культури, котра спочатку транслюється в різноманітні сфери людського буття, а вже після цього стає надбанням індивіда й активується в процесі спілкування за допомогою вербальних та невербальних знаків [5, с. 23]. За В. І. Карасиком ми схилиємось до думки, що концепт, як первинне культурне утворення, поєднує в собі особливості поняттєвого, образного та діяльнісного характеру, що знаходить відображення в науці, в мистецтві й буденному житті [6, с. 153].

На формування культури та лінгвокультури народу мають вплив багато чинників, одним із яких є релігія. Щодо британської лінгвокультури, то у даному випадку, варто зазначити присутність такого вагомого фактору як Англійська церква. Назва «Англійська Церква» (the Church of England, Anglican Church) почала використовуватись у 1951 році. Церква має статус державної в Англії з 16 століття, стоїть на чолі протестантської конфесії Англіканства (Anglicanism), заснованої у 1534 році, незалежної від папи і очолюваної королем Генріхом VIII (1509-1547) [9, с. 27]. У церкві співіснують католицьке вчення про спасенну місію церкви та протестантські догми про спасіння власною вірою [10, с. 20]. Англійська церква є членом Англійського співтовариства (Anglican Communion) куди входять 37 церков з Уельсу, США, Канади, Австралії, Вест Індії, Уганди, Судану та ін.

Англійканство можна охарактеризувати як компромісне утворення, оскільки воно є певним поєднанням католицьких та протестантських рис, що робить його особливою формою протестантизму, з включенням реформаторського католицизму [7, с. 18-22].

Прийняття в англіканську громаду символізується таїнством Хрещення, котре в рамках даної конфесії позначає час, коли особа відрікається від джерел гріха (диявола, плотських та інших земних спокус), визнає віру і отримує прощення гріхів [13].

Особливістю англіканського суспільства є те, що ритуал «Хрещення дитини» позначає не лише вступ до релігійної конфесії, але й соціальний статус християнина як людини, яка прийняла те чи інше віросповідання. Таким чином, характерною якістю ритуалу «Хрещення дитини» є наявність релігійних та світських елементів, котрі можна об'єднати у релігійну та світську складові.

Релігійна складова передбачає процес здійснення ритуалу Хрещення, який, згідно Книги Загальних Молитв, може відбуватись в межах різних частин богослужіння. В ході аналізу можливих варіантів здійснення ритуалу «Хрещення дитини», які входять до релігійної складової, доцільною стала можливість виокремлення ядерних та периферійних елементів присутніх у даній ситуації. До перших, обов'язкових, котрі становлять опору ритуалу слід віднести такі як:

– *Привітання / The Greeting*. Згадуються слова Ісуса, котрий запросив усіх приходити до Царства Небесного, але для цього порібно повторно народитись від води і Духа, що відбувається у ритуалі Хрещення [16, с. 63];

– *Представлення кандидатів / Presentation of the Candidates*. Відбувається представлення батьками, хрещеними батьками або спонсорами дітей церковній громаді. Цим вони засвідчують готовність взяти на себе відповідальність за християнське виховання хрещеної дитини [14, с. 299-311]. Окрім цього, обґрунтовується значення Хрещення та даються настанови батькам і хрещеним батькам, пояснюються їх обов'язки [16, с. 66];

– *Зречення / The Decision*. Відбувається процес зречення від диявола і всього, що суперечить Богові. Обов'язковим є визнання Христа як Спасителя, поклоніння Христу як Господу [16, с. 67];

– *Благословення знаком Хреста / Signing with the Cross*. Священник та хрещені батьки благословляють кандидатів в ім'я Отця і Сина і Святого Духа, в знак того, що Христос кличе їх до своєї пастви. На кандидатів накладаються обов'язки боротися проти всього гріховного, земних утіх (world), диявола, залишатися вірними Христу до кінця своїх днів [16, с. 68];

– *Процес Хрещення / Process of Baptism*. Процес хрещення відбувається у купелі (font) і включає три етапи: 1) визнання віри: кандидат (хрещені батьки) повинен засвідчити, що він/вона вірує; 2) занурення у воду або обливання водою (вода стікає по тілу) в ім'я Отця, Сина і Святого Духа; 3) одягання білого вбрання (новоохрещеного одягають у білий одяг на знак Христа). Під час звершення самого Хрещення відбувається відновлення дитини у Святому Дусі та поєднання з Христом [16, с. 71];

– *Проповідь / Commission*. Пояснення значення таїнства Хрещення та роз'яснення ролі батьків, хрещених батьків та парафіян в житті новоохрещеного, спільна молитва за благословення для новоохрещених і присутніх [16, с. 72];

– *Отримання запаленої свічки / Giving of a Lighted candle*. Новоохрещені отримують свічку як символ Христа;

– *Відпуст / The Dismissal*. Відбувається благословення новоохрещених та всіх присутніх на подальше мирне і світле життя [16, с. 77].

Такі елементи як *Вступне слово / Introduction*, *Спеціальна молитва перед Хрещенням / The Collect*, *Молитва над водою / Prayer over the Water*, *Визнання віри / Profession of Faith*, *Молитва про заступництво / Prayer of Intercession*, *Благословення / The Blessing* можна характеризувати як опційні, оскільки вони є необов'язковими для виконання [16, с. 60-61].

Керуючись розподілом елементів релігійної складової концепту Хрещення дитини та їх навантаженням можна виділити певні культурні пріоритети англіканців. Згідно лексичного наповнення складників ядра ритуалу «Хрещення дитини», прослідковується певна динамічність лінгвокультурного концепту Хрещення. Починаючи з рішення «I do», яке кандидат висловлює на етапі *Зречення / Decision*, можна прослідкувати певний рух об'єкта, позначений опозиціями die↔born (померти↔народитись), darkness↔light (темрява↔світло), де посередниками руху є parents, godparents, God / Lord, Christ, Holy Spirit (батьки, хрещені батьки, Бог, Христос, Святий Дух).

Відносно об'єкта Хрещення нами було виділено наступні його стани:

*Активний об'єкт:*

To die (померти) (devil / диявол, sin / гріх, all rebellion / все нечестиве, darkness / темрява) ↔ to be born (народитись), to enter (вступити), to shine (сяяти) (new life / нове життя, light / світло, saints / святі). Таким чином, у концепті хрещення ми маємо змогу прослідкувати рух знизу вгору, керуючись наповненням ядра концепту, де під час хрещення кандидат помирає для диявола, гріха, всього нечестивого, темряви і, народившись, вступає в нове життя, сяючи світлом як святі. Для звершення цього процесу необхідна присутність таких дієвих осіб як батьки, хрещені батьки, Бог, Святий Дух, Христос, Церква.

*Пасивний об'єкт:*

1) Хрещені батьки / godparents, parents / батьки (ставати прикладом / to set an example, охороняти / to guard, допомагати / to help); 2) Бог / God / Lord (кликати / to call, забирати / to deliver, відновлювати / to restore, проводити / to lead); 3) Святий Дух / Holy Spirit (омити / to wash, збагати / to pour the riches); 4) Христос / Christ (підняти / to rise, одягнути / to clothe); 5) Отець / Father, Син / Son, Святий Дух / Holy Spirit (хрестити / to baptize); 6) Церква / Church (прийняти / to receive).

Щодо елементів, відносно яких кандидат є пасивним, то вище зазначений розподіл демонструє їх роль в русі концепту «Хрещення дитини». Зокрема, батьки та хрещені батьки сприяють розвитку християнина шляхом допомоги та заступництва. Їх можна виокремити як матеріальну складову лінгвокультурного концепту «Хрещення дитини». Іншою, невід'ємною частиною лінгвокультурного концепту, яка може бути охарактеризована як нематеріальна, є невидимі сили, котрі приймають безпосередню участь у здійсненні таїнства Хрещення дитини – це Бог, Христос, Святий Дух – Свята Трійця. За ними закріплена основна мета таїнства – вивести з темряви,

омити, відновити, подарувати світло, підняти, тобто охрестити. Церква (церковна громада) виступає для новоохрещеного домішкою, яка отримує нового мешканця. Не менш цікавим елементом концепту «Хрещення дитини» є священник, оскільки він виконує функцію інструменту церкви та Святої Трійці, здійснюючи ритуал за їх посередництва та від їх імені.

Отже, лінгвокультурний концепт «Хрещення дитини» передбачає присутність двох начал – матеріального та нематеріального, взаємодія котрих спричиняє рух, що характеризує дане утворення як динамічне. Особливістю динамічності концепту є спрямування догори. Концепт «Хрещення дитини», не випадково займає особливу позицію у британській культурі. Це є очевидним завдяки його особливому місцю та значенню у житті британців. Адже з наведених вище прикладів спостерігаємо, що характерною особливістю британської культури є виділення членства у церковній громаді як необхідного елементу життя особистості й ритуал «Хрещення дитини» є невід'ємною частиною початку життя, оскільки засвідчує прийняття дитини у ряди християн. У свою чергу церква, продовжуючи почате, покладає на батьків та хрещених батьків роль опори, наставника, прикладу. Церква також наділяє їх обов'язками бути духовними наставниками та виховати дитину згідно релігійних канонів. Цим зумовлюється значущість батьків та хрещених батьків під час першого в житті таїнства. Доцільним, на даному етапі дослідження, є виділення значення церковної громади. Невипадково однією із вимог проведення таїнства «Хрещення дитини» є присутність церковної пастви у храмі. Прихожани храму засвідчують обітницю, дані батьками та хрещеними батьками під час таїнства, і зобов'язуються приймати участь у вихованні новоохрещеного. Таким чином, ми бачимо відвертість церкви з громадою та присутність спільних обов'язків, у нашому випадку перед кожним новоохрещеним, що призводить до єдності мирян та духовенства.

Релігійна складова досліджуваного концепту тісно переплітається зі світською, адже Хрещення дитини передбачає не лише здійснення самого таїнства, але й попередню підготовку та святкування поза церковною громадою. Таким чином, можна умовно поділити світські елементи на етап підготовки та власне святкування [12].

*Підготовка:* вибір хрещених батьків, встановлення часу і дати, заповнення необхідної документації, при необхідності проходження інструктажу у священника, складання списку гостей та розсилка запрошень (christening invitations), вибір місця святкування, вибір хрестильного одягу (christening dress) та одягу для батьків на період проведення таїнства, узгодження меню, замовлення святкового торта та прикрас, купівля подарунків для хрещених батьків, вибір подарунків для хрещеників.

*Святкування:* виголошення промов, тостів, читання віршів, дарування подарунків.

Аналіз поданого вище матеріалу дає змогу прослідкувати три ключові фігури, які є формотворчими елементами структури світської складової ритуалу «Хрещення дитини» у британській лінгвокультурі: батьки (parents), хрещені батьки (godparents), гості (guests). У якості селекційної константи ми обрали розподіл ролей та обов'язків відносно кандидата на хрещення. Кожна фігура розвиває свою окрему підструктуру, наприклад:

– *Батьки:* 1) Вибір хрещених батьків; 2) Запрошення гостей; 3) Організаційні моменти.

– *Хрещені батьки:* 1) Прийняття пропозиції; 2) Відповідність вимогам; 3) Промови, тости, вірші; 4) Подарунки.

– *Гості:* 1) Промови, тости, вірші; 2) Подарунки.

*Батьки/Parents:*

*Choosing a godparent.* Бажано, щоб це були родичі або близькі друзі. Хрещені батьки повинні відповідати наступним вимогам: бути охрещеними англіканцями, пройти конфірмацію та отримати схвалення парафіяльного священника.

*Підбір гостей / Selecting Guests.* Серед гостей, як правило, хочуть бачити близьких родичів та друзів. Англіканці охоче запрошують дітей [[http:// christenings. wordpress.com](http://christenings.wordpress.com)].

*Організаційні моменти / Arrangements.* Батьки мають потурбуватися про вигляд своєї дитини і, в першу чергу, вибрати вбрання для хрещення. Цей момент є особливо важливим для англіканців, тому існує ціла індустрія та модні тренди, котрі займаються виготовленням хрестильного вбрання [15].

Необхідно також потурбуватися про місце проведення святкування, скласти список гостей та розіслати запрошення, купити подарунки хрещеним батькам і приготувати для них спеціальні сертифікати. Особливою рисою в організаційному моменті є планування всього до найменших дрібниць.

*Хрещені батьки / Godparents / Хрещені батьки.*

Оскільки англіканська церква покладає велику відповідальність на хрещених батьків, це дає можливість зайвий раз задуматись над своєю вірою. Окрім того, хрещені батьки мусять обґрунтувати свій вибір, що, як правило, знаходить своє вираження у текстах спеціальних віршів, промов, тостів під час святкування і передбачає відповідну підготовку. У таких текстах бажаними є побажання для своїх хрещеників, наприклад: «May the Lord cradle you in his hand, but never close His fist too tight. May your pockets always be heavy and your heart always be light» [17]. Аналізуючи змістове наповнення цього побажання, можна виділити пріоритетні елементи відносно інших, це: опіка Господня (Lord, cradle), достаток (heavy pockets), чисте серце (light heart). Не менш важливим моментом є вибір подарунка для хрещеної дитини. Найбільшою популярністю у таких випадках користуються Біблії, книги біблійних історій, молитовники, срібні й золоті хрестики та ланцюжки, маленькі дерев'яні хрестики, малюнки, постери біблійних історій, іконки і т. д. [12], що свідчить про серйозне ставлення до релігійного виховання хрещеників і відповідний підхід до його початку. Особливу увагу привертає факт наявності серед найпопулярніших подарунків речей зі спеціалізованою релігійною тематикою, що засвідчує сприяння суспільства та держави церковному вихованню з раннього дитинства, яке неодмінно відображається у культурі та бере участь у формуванні майбутнього громадянина як глибоко віруючого християнина.

*Гості / Guests.*

Вибір гостей покладається на батьків. Як правило, це родичі та близькі друзі. Бажаними на такому святі є діти. Під час самого святкування гості мають змогу висловитись, тому не завадить підготувати певну промову,

вірш чи тост з побажаннями для новоохрещеного, батьків та хрещених батьків. Гості дарують найрізноманітніші подарунки новоохрещеним. Запрошення людей з найближчого оточення свідчить про дуже особистий характер святкування, з чого можна зробити висновок, що Хрещення дитини у світському плані є великою подією, оскільки потребує багато попередніх приготувань з боку батьків, хрещених батьків, всіх запрошених осіб і одночасно святом обмеженого кола людей, котрі згодом нестимуть особливу відповідальність за виховання кандидата на хрещення.

**Висновки і перспективи подальших досліджень.** Хрещення дитини позначає вхід до церковної громади, що має неабияке значення у духовному та соціальному плані. Новоохрещена дитина отримує Божу благодать, духовних наставників та статус члена певної релігійної конфесії. Важливість такої події для британців англіканської конфесії зайвий раз підкреслюють масштаби підготовки та проведення ритуалу. Тому кожен елемент структури концепту «Хрещення дитини» – як світський, так і релігійний, наповнений глибоким змістом і є окремою базою для дослідження.

#### **Література:**

1. Артюнова Н. Д. Логический анализ языка. Культурные концепты / Артюнова Н. Д. – М. : Наука, 1991. – 204 с.
2. Бацевич Ф. С. Духовна синергетика рідної мови. Лінгвофілософські нариси / Бацевич Ф. С. – К. : Академія, 2009. – 192 с.
3. Воркачев С. Г. Лингвокультурология, языковая личность, концепт: становление антропоцентричной парадигмы в языкознании / С. Г. Воркачев // Филологические науки, 2001. – №. 1. – С. 64-81.
4. Гумбольдт В. фон. Язык и философия культуры. – М. : Прогресс, 1985. – 450 с.
5. Евтушенко Е. Н. Концепт «пространственная ориентация» в английской и русской лингвокультурах: дис.... канд. филол. наук: 10.02.20 / Евтушенко Евгений Николаевич. – М., 2004. – 180 с.
6. Карасик В. И. Языковой круг: Личность, концепты, дискурс / Карасик В. И. – Волгоград : Перемена, 2002. – 477 с.
7. Козыренко Л. В. Англиканская церковь как конфессиональный феномен: дис.... канд. филос. наук: спец. 09.00.13/ Козыренко Людмила Владиславовна. – М., 2006. – 173 с.
8. Постовалова В. И. Лингвокультурология в свете антропологической парадигмы/ Постовалова В. И. // Фразеология в контексте культуры., М. : Наука, 1999. С. 28-31.
9. Религиоведение: словарь / Е. С. Элбакян. – М. : Академический проект, 2007. – 637 с.
10. Релігієзнавчий словник / [ред.-упоряд. А. Колодний, Б. Лобовик]. – К. : Четверта хвиля, 1996. – 392 с.
11. Степанов Ю. С. Константы, словарь русской культуры. Опыт исследования / Степанов Ю. С. – М. : Школа «Языки русской культуры», 1997. – 824 с.

#### **Джерела ілюстративного матеріалу**

1. Becoming a Godparent [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.churchofengland.org/](http://www.churchofengland.org/)
2. Baptism Theology [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.equip.org/](http://www.equip.org/)
3. Book of Common Prayers [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.bcponline.org/](http://www.bcponline.org/)
4. Christening Ceremony [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.ehow.com/](http://www.ehow.com/)
5. Christening [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.christenings.wordpress.com](http://www.christenings.wordpress.com)
6. Christian Initiation [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.churchofengland.org/](http://www.churchofengland.org/)

Євенчук О. Г.,

Буковинський державний фінансово-економічний університет, м. Чернівці

## КОНЦЕПТУАЛЬНА МЕТАФОРА «*FAMILIE – LEBEWESSEN*» У НІМЕЦЬКОМУ ПУБЛІЦИСТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

*У статті змодельована метафорична модель «FAMILIE – LEBEWESSEN» та проаналізована її концептуальна сутність на матеріалі сучасної німецької публіцистики. Фреймова структура даної моделі представляє концепт FAMILIE у метафоричних іпостасях.*

**Ключові слова:** концепт, фреймова структура, концептуальна метафора, антропоморфна модель, сфера-джерело, публіцистика.

*В статье смоделирована метафорическая модель «FAMILIE – LEBEWESSEN» и проанализированная ее концептуальная сущность на материале современной немецкой публицистики. Фреймовая структура данной модели представляет концепт FAMILIE в метафорических ипостасях.*

**Ключевые слова:** концепт, фреймовая структура, концептуальная метафора, антропоморфная модель, сфера-источник, публицистика.

*The metaphorical model «Family is LIVING ORGANISM» is modeled and its conceptual essence on material of the modern German mass-media discourse is analyzed in the article. The framestructure of this model presents concept Family in the metaphorical images.*

**Keywords:** concept, framestructure, conceptual metaphor, anthropomorphous model, sphere-source, mass-media discourse.

Дослідження теорії концептуальної метафори та опис конкретних метафоричних моделей (далі – м-модель), у нашому випадку «*FAMILIE – LEBEWESSEN*» у німецькому публіцистичному дискурсі (далі – ПД), – один з найбільш перспективних векторів дослідження концептів у сучасній когнітивній лінгвістиці (Дж. Лакофф, М. Джонсон, А. Б. Ряпосова, А. П. Чудінов, А. М. Баранов, Ю. М. Караулов, І. М. Кобозева). Сучасний німецький ПД багатий на метафори, які образно характеризують сім'ю загалом, та її членів, їхні погляди, дії, вчинки зокрема, тому й актуальність даної розвідки зумовлена вивченням метафори як одного із пріоритетних напрямків сучасних концептуальних досліджень, оскільки «метафоричні описи необхідні для комунікативної і евристичної діяльності людей в силу своїх естетичних і пізнавальних можливостей» (переклад тут і надалі наш. – О. Є.) [3, с. 221] та й «метафора подовжує руку інтелекту» [6, с. 68-81]. Метафора пов'язує дві понятійні сфери, одна з яких (вихідна концептуальна) добре структурована і відома учасникам комунікації («сфера-джерело» (А. Б. Ряпосова, А. П. Чудінов), «область-джерело» (Дж. Лакофф, М. Джонсон, І. М. Кобозева)), а друга – нова концептуальна (сфера-ціль» (А. Б. Ряпосова, А. П. Чудінов, І. М. Кобозева), «область-ціль» (Дж. Лакофф, М. Джонсон)) потребує категоризації і концептуалізації.

Метою дослідження є виявлення, систематизація і опис способів вербалізації антропоморфної концептуальної метафори через аналіз її об'єктивації у німецькому ПД. Об'єкт даної розвідки – антропоморфна концептуальна метафора, а саме репрезентація у сучасному німецькому ПД сфери-целі «*FAMILIE*» метафоричними одиницями із сфери-джерела «*LEBEWESSEN*», предметом є специфіка вживання антропоморфних концептуальних метафор. При роботі використовувалися методи суцільної і спеціальної вибірок, метод метафоричного моделювання. Матеріалом дослідження послужили дані картотеки антропоморфних метафор, виокремлені із сучасного німецького ПД (*Südwest Presse (SP)*, *Spiegel Online (SO)*, *Zeit Online (ZO)*, *Welt Online (WO)*, *Manager Magazin (MM)*, *Süddeutsche Zeitung (SZ)*, журнальні тексти [8-13, 15]).

Німецький ПД характеризується значною продуктивністю антропоморфного типу метафори, що пов'язано з інтроспективністю людини, антропоморфним характером людського пізнання, «персоніфікацією, уособленням» [1, с. 95]. Справедливо зазначив німецький культуролог К. Байер, що «теоретична складність пізнання світу виникає тому, що будь-яке людське пізнання антропоморфне, це значить, що воно несе на собі сліди структури наших думок і роботи нашого розуму» [цит. за 3, с. 226]. У даній розвідці звертаємо увагу на те, що м-модель «*FAMILIE – LEBEWESSEN*» варто розглянути у діаді концептуальних м-субмоделей «*FAMILIE – GESUNDER ORGANISMUS*» та «*FAMILIE – KRANKER ORGANISMUS*». Дана стаття присвячена розгляду першої м-субмоделі, оскільки сім'ю ототожнюють із здоров'ям (*Meine Gesundheit und meine Familie sind selbstverständlich von größerer Wichtigkeit (SP, 02.11.11)*). Це підтверджується і результатами опитування: 93 % німців зазначили, що для них сім'я найважливіша, 66 % референтів вказали, що для них найважливіше здоров'я (*SP, 24.04.11*).

Концептуальну метафору представляємо у розрізі фреймо-слотової структури. Кожний фрейм відображає асоційовану інформацію про різні ознаки концепту *FAMILIE* крізь призму антропоморфізмів, так як «фрейм схематизує, дозволяє чітко уявити та зрозуміти концепт» [2, с. 45], а слоти є аспектами їх конкретизації. Аналіз матеріалу показав, що денотативна область використання м-субмоделі «*FAMILIE – GESUNDER ORGANISMUS*» поширюється на різнообразні реалії. Дана модель найчастіше деталізується у концептуальній метафорі «*FAMILIE – KÖRPER*», тобто вербалізується як єдиний живий організм, який має структурну цілісність, що можна продемонструвати на слотах, у яких сім'я отримує метафоричне осмислення частин тіла (соматизмів (термін Ф. Вакка)).

**Фрейм 1. *Körperteile (частини тіла)*.** Людина моделює сім'ю відповідно до живого організму. Концепт *FAMILIE* у сучасному німецькомовному ПД має наступні прототипічні метафоричні функції органів людського тіла.

**Слот 1. 1. *Embryo (ембріон)*.** Держава намагається підтримувати сім'ю, адже вона є «зародком», її першоосновою. Пор.: *Der Staat schützt Ehe – und zwar zwischen Mann und Frau – sowie Familie in besonderer Weise, weil die Familie Keimzelle unserer Gesellschaft ist (SP, 01.08.11)*, *Die Familie bleibt die Keimzelle unseres Staates [...] (10, s. 24)*.

**Слот 1. 2. Haupt (голова).** Основна прототипічна функція голови – управління організмом. Традиційно керує сім'єю батько (*Zwischen Mann und Frau mögen sich die Schwerpunkte meistens so verteilen, dass er das Haupt und sie das Herz der Familie genannt werden kann* (12)). Існують сім'ї, у яких головує мати (*matriarchalische Familie*) та сім'ї, у яких послаблена роль батька [14] (*halbpatriarchalische Familie*). На сучасному етапі розвитку суспільства переважає такий тим сім'ї як егалітарна чи біархатна, у якій домінує справедливий розподіл влади та обов'язків.

**Слот 1. 3. Gesicht (обличчя).** Обличчя – це та частина тіла, де більш чітко відображаються часові зміни. І сім'я живе та змінюється з часом: *Familie wird empfunden, gelebt und ändert mit der Zeit ihr Gesicht* (11).

**Слот 1. 4. Augen (очі).** Сім'я здатна перцептивно сприймати навколишній світ і дана функція реалізується через органи зору, напр.: *Seine Familie sieht den wahren Hintergrund aber in seiner Kritik am kommunistischen Regime* (SP, 14.07.11), [...] *vor den kritischen Augen der Familie mit vegetarischen Gerichten* (SP, 16.06.11).

**Слот 1. 5. Rücken, Rückgrat (спина, хребет).** Спина та хребет фізіологічно об'єднують і зберігають цілісність організму, метафорично вербалізуються як «підтримка, опора». Напр.: *Seine Familie habe ihm hierbei stets den Rücken gestärkt*, [...] (SP, 10.10.11), *Die Familie Wobser selbst*, [...], *sei für ihn das wichtige Rückgrat, um unternehmerisch erfolgreich zu sein* (SP, 24.09.11).

**Слот 1. 6. Herz (серце).** У той час, як батько керує сім'єю (слот 1. 2), мати «циркулює» до кожного її члена тепло та турботу, жоден не залишається без її ласки та уваги. При відсутності чи зупинці серця організм не функціонує, так і при відсутності чи втраті жінки сім'я гине (*Zwischen Mann und Frau mögen sich die Schwerpunkte meistens so verteilen, dass er das Haupt und sie das Herz der Familie genannt werden kann* (12) та й «серце належить сім'ї»: *Mein Herz ist bei seiner Familie*, [...] (SP, 06.10.11).

**Слот 1. 7. Hände (руки).** Образ «золоті руки» позначає професійність сім'ї у тій чи іншій сфері ([...] *Südstadt ist nicht nur bei Oldtimer-Freunden beliebt, die sich hier aus regelrechten Autowracks mit den fast schon goldenen Händen der Familie Wischniewski neue Schmuckstücke zaubern lassen wollen* (SP, 15.07.11), [...] *auf ihren Feldern gewachsen, von den Händen ihrer Familie geerntet* (ZO, 17.06.12)). Сім'я пропонує допомогу та підтримку, що є безпосередньо фізіологічною функцією руки: *Es geht also nicht darum, dass Familien «die Hand aufhalten» und eine allgemeine Verbesserung der ökonomischen Situation verlangen* (8, s. 14).

**Слот 1. 8. Daumen (великий палець).** Сім'я завжди бажає лише успіху її членам, навіть з друзями не відчувається такої впевненості: *Ich weiß, dass die Familie mir die Daumen drückt* [...] (SP, 14.10.11).

**Слот 1. 9. Beine (ноги).** Функція ніг як частини тіла – утримувати організм у просторі та постійний рух. Стати на ноги – означає розвиватися, а це відбувається не без допомоги сім'ї: [...], *doch sie schaffte es mit ihrer Familie, das Familienunternehmen wieder auf sichere Beine zu stellen* (SP, 08.09.11). Відбиток ноги символізує пам'ять та сімейне минуле: «*Er [...] war da seiner Familie auf der Spur*», *sagte Jungclaus* (SP, 14.06.11), *Auf den Spuren seiner Familie reiste Karl-Wilhelm Meier 1969 in die damalige DDR nach Magdeburg* (SO, 18.11.09).

**Слот 1. 10. Blut (кров).** Сім'я не просто прирівнюється, вона ототожнюється з «м'ясом і кров'ю», так як функції сім'ї ідентичні основним функціям крові – взаємозв'язок всіх частин організму, забезпечення ритмічного його функціонування, а головне, збереження спадкових ознак, напр.: «*Es ist doch mein Fleisch und Blut!*» (9, S. 27).

## Фрейм 2. Physiologie (фізіологія).

**Слот 2. 1. Ernährung (харчування).** Серед антропоморфних ознак можна назвати наявність такого фізіологічного процесу як харчування. Як і раніше, більшість чоловіків виконують роль годувальників своїх сімей (*Nach wie vor sehen sich die meisten Männer hauptsächlich als Ernährer ihrer Familie* (SO, 19.06.12)). Прогонувати сім'ю – це забезпечити її всім необхідним для «здорового» функціонування. Проте часи змінюються, із виникненням великої кількості альтернативних форм сім'ї прослідковується у сучасному суспільстві той факт, що саме жінка перебирає на себе функцію, яка тривалий час була властива чоловічій статі. Часто існування сім'ї забезпечують і обоє батьків: *Doppelverdiener-Familie*.

**Фрейм 3. Lebenszyklus (життєвий цикл).** Подібно до живого організму сім'я має свій цикл розвитку, починаючи від народження так до смерті. При детальному розгляді даного фрейму виділяємо наступні слоти.

**Слот 3. 1. Geburt (народження).** Сім'ю засновують (*gründen*) і день народження традиційної сім'ї номінують весіллям (*Hochzeit*), яке, як і народження живого організму, святкують. Проте кожного року воно має свою назву, ототожнюється з різними предметами, які асоціюються з міцністю та стабільністю сім'ї, яку вона набуває з часом, а саме: 1. *Hochzeitstag (ein Jahr nach der Hochzeit) Papierhochzeit*, 2. – *Baumwollhochzeit*, 3. – *Lederhochzeit*, 4. – *Seidenhochzeit*, 5. – *Hölzerne Hochzeit*, 6. – *Zuckerhochzeit*, 7. – *Kupferhochzeit*, 8. – *Blechhochzeit*, 9. – *Keramikhochzeit*, 10. – *Rosenhochzeit* [...] [7]. Зустрічаємо і номінації *zweite Familie*, *Ersatzfamilie*, які вербалізують друге народження сім'ї, яке є достатньо частотним у сучасних реаліях, оскільки «кількість розлучень в Німеччині перевищує середньоєвропейський показник – у ФРН на 1000 жителів припадає 2,3 розлучення» [5].

**Слот 3. 2. Wachsen (ріст).** Соціальний інститут СІМ'Я живе (*leben, wohnen*) та відповідно росте (*wachsen, nachwachsen, vergrößern, größer werden*). Пор.: *In der Zwischenzeit ist die Familie um zehn Enkel, 16 Urenkel und einen Ur-Ur-Enkel größer geworden* (SP, 19.12.11), [...], *Roswitha Pudritz kümmerte sich um die wachsende Familie und arbeitete als Wirtschaftlerin in verschiedenen Haushalten* (SP, 25.08.11).

**Слот 3. 3. Alterung (старіння).** Із часом сім'я старіє, молоде покоління (*Jung*) приходить на зміну старому (*Alt*). Сім'я «дорослішає»: *Auch Pflegefamilien werden älter. Es braucht schon deshalb immer Familien, die nachwachsen* (SP, 09.06.11). Проте даний процес на сучасному етапі суспільства прискорив свою ходу у зв'язку із тим, що більшість сімей відмовляються від дітей, які і є омолоджуючим фактором сім'ї, напр.: *Bleibt es nämlich beim Status quo, wird es in absehbarer Zeit heißen: «Ohne Kinder sehen wir ganz schön alt aus»* (15, с. 87). На жаль, німці через небажання створювати сім'ї та мати дітей підштовхують свою країну до того, що вона стане «будинком для пристарілих Євросоюзу» [5].

**Слот 3. 4. Tod (смерть).** Як і будь-який живий організм сім'я має своє завершення, даний слот представлений конструкціями *sterben, ums Leben kommen: Eine dreiköpfige Familie aus Sri Lanka starb* [...] (WO, 20.11.2011).

**Фрейм 4. Charakter (характер).** До антропоморфних ознак концепту СІМ'Я відносимо і те, що вона як організм може проявляти свій характер, здатна захищати (*Meine Familie stand immer hinter mir* (SP, 24.10.11)), просити про допомогу (*Die Familie und die Firma August Schmid aus Donzdorf rufen potenzielle Spender zur Hilfe auf* (SP, 18.10.11)), бути носієм успіху (*Familien sind die Leistungsträger unserer Gesellschaft* (13, с. 8)), відчувати, проявляти почуття (*daheim, gibt irgendwie allen das Gefühl einer großen Familie* [...] (SP, 24.10.11)) та манери ([...] *das Gebaren der Familie* [...]) (MM, 01.08.09)).

Таким чином, аналіз матеріалу показав, що антропоморфна модель є однією з найбільш широко представлених і детально структурованих моделей у німецькому ПД, яка володіє високим прагматичним потенціалом. Метафоричний простір представляє концепт *FAMILIE* у вигляді людського тіла, з його анатомією, фізіологією, життєвим циклом, характером з огляду на те, що цикли розвитку сім'ї ідентичні циклам розвитку живого організму – від народження до смерті. Подібно до живого організму сім'я володіє і емоційною сферою, характером та когнітивними здібностями. Подальше дослідження вбачаємо у аналізі м-субмоделі «*FAMILIE – KRANKER ORGANISMUS*».

#### Література:

1. Арутюнова Н. Д. Предложение и его смысл / Н. Д. Арутюнова. – М. : Наука, 1976. – 383 с.
2. Карпенко У. А. Концептное содержание фрейма «вооруженное противостояние» в русской культурно-языковой традиции: дис... канд. филол. наук: 10.02.02 / У. А. Карпенко. – К., 2006. – 233 с.
3. Красавский Н. А. Эмоциональные концепты в немецкой и русской лингвокультурах: монография / Н. А. Красавский. – М. : Гнозис, 2008. – 374 с.
4. Лакофф Дж. Метафоры, которыми мы живем / Дж. Лакофф, М. Джонсон; пер. с англ.; под ред. и с предисл. А. Н. Баранова. – М. : Едиториал УРСС, 2004. – 256 с.
5. Німеччина перетворюється в будинок престарілих Євросоюзу // Finance.ua. – 02.01.2012. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://news.finance.ua/ua/~1/0/all/2012/01/02/264632>.
6. Ортера-и-Гассет Х. Две великие метафоры / Х. Ортера-и-Гассет // Теория метафоры. – М. : Прогресс, 1990. – С. 68-81.
7. Der Hochzeitstag – ein Datum der nie vergessen werden sollte! [Elektronische Ressource]. – Mode des Zugangs : <http://www.hochzeitsschuh.de/Hochzeitstage.html>.
8. DFV-Familie 2 / 2010 [Elektronische Ressource]. – Mode des Zugangs : [http://www.deutscher-familienverband.de/fileadmin/DFV/Bund/Zeitung/2010/Heft\\_2-10.pdf](http://www.deutscher-familienverband.de/fileadmin/DFV/Bund/Zeitung/2010/Heft_2-10.pdf).
9. DFV-Familie 5/2010 [Elektronische Ressource]. – Mode des Zugangs : [http://www.deutscher-familienverband.de/fileadmin/DFV/Bund/Zeitung/2010/Heft\\_5-10.pdf](http://www.deutscher-familienverband.de/fileadmin/DFV/Bund/Zeitung/2010/Heft_5-10.pdf).
10. DFV-Familie 6/2010 [Elektronische Ressource]. – Mode des Zugangs : [http://www.deutscher-familienverband.de/fileadmin/DFV/Bund/Zeitung/2010/Heft\\_6\\_2010.pdf](http://www.deutscher-familienverband.de/fileadmin/DFV/Bund/Zeitung/2010/Heft_6_2010.pdf).
11. Grundlagenbroschüre Politik für die Vielfalt der Familie. Familienpolitische Grundlagen des ZFF / Verantwortlich: Magda Göller, Inhalt/Redaktion: Dr. Benjamin Benz. – Zukunftsforum Familie e. V.: Bonn, 2005. – С. 21. – [Elektronische Ressource]. – Mode des Zugangs : [http://www.zukunftsforum-familie.de/\\_data/Broschueren\\_ZFF\\_Grundlagen.pdf](http://www.zukunftsforum-familie.de/_data/Broschueren_ZFF_Grundlagen.pdf).
12. Hörmann Karl. Lexikon der christlichen Moral / Karl Hörmann. – 1969. [Elektronische Ressource]. – Mode des Zugangs : <http://stjosef.at/morallexikon/familie.htm>.
13. Sonder-Info 19.03.2012 [Elektronische Ressource]. – Mode des Zugangs : [http://www.google.com.ua/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CEIQFjAA&url=http%3A%2F%2Fzukunftsforum-familie.de%2F\\_data%2FSonder-Info\\_Familienbericht.pdf&ei=AApUNOMBs\\_EtAa8o4H4BQ&usq=AFQjCNEU3A86DSexd08g-4d-gSlz9yyIlg&sig2=fexhLlaYQvzoOjHf4iH\\_xg](http://www.google.com.ua/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CEIQFjAA&url=http%3A%2F%2Fzukunftsforum-familie.de%2F_data%2FSonder-Info_Familienbericht.pdf&ei=AApUNOMBs_EtAa8o4H4BQ&usq=AFQjCNEU3A86DSexd08g-4d-gSlz9yyIlg&sig2=fexhLlaYQvzoOjHf4iH_xg).
14. Wirtschaftslexikon24 [Elektronische Ressource]. – Mode des Zugangs : <http://www.wirtschaftslexikon24.net/e/familie-halbpatriarchalische/familie-halbpatriarchalische.htm>.
15. ZFF-INFO № 07 / 2012 08. 05. 2012 [Elektronische Ressource]. – Mode des Zugangs : [http://www.google.com.ua/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CEcQFjAA&url=http%3A%2F%2Fzukunftsforum-familie.de%2F\\_data%2F1-ZFF-Info\\_07.pdf&ei=lgApUOHNDIXGswbi3YDgDA&usq=AFQjCNHW\\_XAEInfx G0g4uO0sfYHhHLe9Q&sig2=OC5HycAAJWt0rG6HHX2nsQ](http://www.google.com.ua/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CEcQFjAA&url=http%3A%2F%2Fzukunftsforum-familie.de%2F_data%2F1-ZFF-Info_07.pdf&ei=lgApUOHNDIXGswbi3YDgDA&usq=AFQjCNHW_XAEInfx G0g4uO0sfYHhHLe9Q&sig2=OC5HycAAJWt0rG6HHX2nsQ).

Єсипенко Н. Г.,

Чернівецький національний університет імені Ю. Федьковича, м. Чернівці

## ПРОФІЛЮВАННЯ ЛІНГВОКУЛЬТУРНИХ КОНЦЕПТІВ

*У статті розглядається питання профілювання лінгвокультурних концептів як один із методів аналізу концептуального аналізу. Визначається співвідношення між доменом і концептом, окреслюються шляхи визначення доменів. Робляться висновки про домени лінгвокультурного концепту «home» на матеріалі англомовної прози XVIII століття.*

**Ключові слова:** концепт, концептуальний аналіз, профілювання, домен

*В статье рассматривается вопрос профилизации лингвокультурных концептов как один из методов концептуального анализа. Определяется соотношение между доменом и концептом, предлагаются пути выявления доменов. Делаются выводы о доменах лингвокультурного концепта «home» на материале английской прозы XVIII века.*

**Ключевые слова:** концепт, концептуальный анализ, профилизация, домен

*The article deals with the problem of linguocultural concepts' profiles which is one of the methods of conceptual analysis. The relation between domains and concepts have been stated, the ways to establish domains have been shown. The conclusion are drawn about the domains of the linguocultural concept «home» on the basis of the English literature of the XVIIIth century.*

**Key words:** concept, conceptual analysis, profile, domain

Питання концепту і концептуального аналізу привертає увагу багатьох лінгвістів (М. В. Нікітін, О. С. Кукрякова, Н. Д. Арутюнова, Ю. С. Степанов, Л. О. Чернейко та ін.). Способи виявлення концептів і репрезентацій їх змісту складають концептуальний аналіз, хоча в лінгвістиці немає одноставного його розуміння. Так, М. В. Нікітіна зазначає двозначність тлумачення цього методу: «Саме словосполучення «концептуальний аналіз» ... є двозначним: воно може означати і аналіз концептів, і певний спосіб дослідження, а саме аналіз за допомогою концептів чи аналіз, що своїми одиницями приймає концепти, на відміну, наприклад, від елементарних семантичних ознак в компонентному аналізі [3, с. 117]. На нашу думку, існує відмінність між семантичним і концептуальним аналізами, адже до недавня семантичний опис репрезентував собою текст, написаний за допомогою одиниць семантичної мови, що зв'язані певними відношеннями. Проте були відкриті нові правила опису сполучуваності, що побудовані вже стільки не на ідеї селективних ознак, скільки на понятті сфери дії (scope) лексеми [1, с. 46-48]. Тому **актуальність** нашого дослідження визначається потребою ґрунтовного аналізу цілісної сфери дії лексеми, що іменує лінгвокультурний концепт. **Метою** статті є встановити домени профілювання лінгвокультурного концепту «home» з використанням когнітивно-семантичних та лінгвостатистичних методів. **Завданнями** дослідження є: встановити співвідношення між доменом і концептом; визначити доменосферу лінгвокультурного концепту «home»; якісно і кількісно інтерпретувати результати профілювання. **Матеріалом** дослідження слугували твори англомовної літератури XVIII століття.

Основною властивістю концептів вважається їх незольованість, зв'язаність з іншими – тому будь-який концепт занурений у домени (domains), які утворюють структуру, що найкраще співвідноситься з філморівським поняттям фрейму [6]. Домени утворюють той семантичний фон, із якого виділяється концепт: концепт «дуга» розуміється з опорою на уявлення про коло. В цьому випадку домен у концепту один, але зазвичай до доменів входять і час, і простір, й ін. [4, с. 361].

Домен, за визначенням А. П. Мартинюк, – «концептуальна структура, що слугує контекстом (фоном) для виділення (профілювання) концепту» [2, с. 21]. Поняття «домен» впливає із центрального принципу когнітивної семантики, відповідно до якого концепт не слід розглядати як ізольовану, атомарну одиницю людського досвіду. Концепт можна адекватно осмислити лише в контексті структур фонових знань, частиною яких він є. Кожен домен містить набір ознак (dimensions), кожна з яких сама може інтерпретуватися як окремий домен, наприклад, «тон», «яскравість», «насиченість» для концепту кольору.

Варте уваги співвідношення концепту й домену. Р. Ленекер співвідношення «концепт – домен» описує як «профіль – база» (profile and base) у межах своєї теорії когнітивної граматики [8, с. 235]. Згідно з профілюванням будь-яка мовна одиниця викликає у свідомості певну базу й виокремлює в ній відповідні підпорядковані когнітивні структури – профілює їх відносно бази. Профілювання ґрунтується на відомій психологічній антиномії фігури й фону. Профіль є відповідником фігури, а база близька за змістом до фону, хоч відрізняється від нього відношенням до профілю. База представляє профіль у плані включення його до єдиної концептуальної структури свідомості. Наприклад, слово «берег» викликає у свідомості базу суміжності «води і суші», яка у свою чергу виступає профілем концептуальної бази [5, с. 384]. Профіль виділяє в семантиці слова ту грань, яка описує найгрубіший її контур, щось на зразок таксономічного класу для імені. В цьому смислі це розширення ідеї топологічних типів Л. Талмі [9] на всю царину семантики: у своєму сприйнятті концептів людина оперує не окремими семантичними ознаками, а цілісними образами. Контури, або профілі цих образів дають можливість носію мови проводити аналогії між різними концептами, порівнювати їх, замінити один на другий у контекстах.

Для визначення доменів лінгвокультурного концепту «home» проведемо інвентаризацію лексичних засобів об'єктивації домівки в художніх творах XVIII століття. Визначаємо частоту вживання іменника «home» та його слів-консоціатів. Лексема «home» у творах XVIII століття вживалася 441 раз, кількість супровідних іменників – 2620 одиниць. Використання лінгвостатистичної формули імовірно-асоціативного аналізу дозволяє визначити ті лексеми, які сполучаються з іменем концепту в проаналізованих текстах [7, с. 2]:



$$P(X \geq x) = \sum_{j=x}^{\min(m,n)} \frac{\binom{m}{j} \binom{N-m}{n-j}}{\binom{N}{m}}$$

де  $N$  – кількість проаналізованих речень;  $m$  – частота вживання лексики імені концепту в текстах;  $n$  – вживання найчастотніших іменників;  $x$  – кількість речень, де ім'я концепту і частотні іменники. Результат підрахунків показує ймовірність сумісного вживання імені концепту та конкретного частотного супровідного іменника в тексті твору. Результат підрахунків подаємо в таблиці 1.

Таблиця 1  
Іменники з показником імовірісно-асоціативного зв'язку

Іменник	Показник імовірної асоціації	Іменник	Показник імовірної асоціації	Іменник	Показник імовірної асоціації
return	2,1381E-10	aunt	0,012233559	remembrance	0,036868644
wife	5,93005E-08	La vallee (villa)	0,012233559	room	0,036868644
thing	0,000146038	mansion	0,012233559	sea	0,036868644
time	0,000442834	nation	0,012233559	thought	0,036868644
way	0,000442834	returning	0,012233559	uncle	0,036868644
servant	0,001340747	year	0,012233559	vessel	0,036868644
son	0,001340747	children	0,03650585	voyage	0,036868644
going	0,004053064	assistance	0,036868644	mile	0,037996403
master	0,006419773	castle	0,036868644	journey	0,041878858
company	0,006728225	coming	0,036868644	house	0,042051981
family	0,007568256	manner	0,036868644	cave	0,044955542
letter	0,008088067	moment	0,036868644	fire	0,044955542
pleasure	0,008576018	reception	0,036868644		

Іменники, що, згідно зі статистичними розрахунками, асоціюються з іменем концепту «home», є першими доменами в текстовій реалізації концепту. Подані в таблиці іменники розподіляються в такі домени:

– сім'я: *family, wife, son, children, aunt, uncle*; як відлуння реалій тогочасного суспільства, домівка для авторів XVIII століття тісно пов'язувався з образами господаря (*master*) й прислуги (*servant*);

– «In this situation Black George found his *family*, when he came **home** for the purpose before mentioned. As his *wife* and three *daughters* were all of them talking together, and most of them crying, it was some time before he could get an opportunity of being heard...» (H. Fielding «The History of Tom Jones, a Foundling»);

– будинок: *La Vallee (a villa), mansion, castle, house, cave, room* і як незамінний атрибут англійського дому – камін (*fire*);

– «Instances of this temporary failure of mind had more than once occurred since her return **home**; particularly when, wandering through this lonely *mansion* in the evening twilight, she had been alarmed by appearances, which would have been unseen in her more cheerful days» (A. Radcliffe «The Mysteries of Udolpho»);

– речі чи події, що мають прямий асоціативний зв'язок з попередніми доменами: *thing, letter, assistance, reception, manner, pleasure*;

– «She was absent from **home**; but I had scarcely entered the house when one of her domestics presented me a *letter*» (Ch. B. Brown «Wieland; or the Transformation»).

Наступні асоціативні іменники, очевидно, вказують на деякі особливості середовища проживання представників англосаксонської культури в XVIII столітті та їхні «господарські й політичні» інтереси:

– домівка як місце, до якого повертаються: *return, going, coming, returning*;

– «I was now too far from **home** to think of *returning*; so I resolved to go forward» (O. Goldsmith «The Vicar of Wakefield»);

– домівка, як місце, про яке пам'ятають: *remembrance, thought*;

– «With a full heart, Emily hailed the waves, that were to bear her back to her native country, the *remembrance* of which, however, brought with it a pang; for she had there no **home** to receive, no parents to welcome her, but was going, like a forlorn pilgrim, to weep over the sad spot, where he, who was her father, lay interred» (A. Radcliffe «The Mysteries of Udolpho»);

– подорожі як протиставлення домашньому затишку: *way, voyage, journey, mile, sea, vessel*;

– «... but my wife dying, and my nephew coming **home** with good success from a *voyage* to Spain, my inclination to go abroad, and his importunity, prevailed...» (D. Defoe «Robinson Crusoe»);

– домівка усвідомлюється не тільки в просторовому континуумі, а й у часовому: *time, moment, year*;

– «I landed in my native country after an absence of seven *years* and one month; about six *years* of which I had been a slave. I purchased a horse, and hastened **home** to my parents, who received me as one risen from the dead» (R. Tylor «Algerine Captive or the Life and Adventures of Doctor Updike Underhill»);

– батьківщина: *nation*;

– «If to return **home** had been your only object, and not to see what not one of your *nation* or race has ever yet seen, you ought to have so informed me, that we might have arranged matters accordingly. I do not wish you to return to your country, until you will be enabled to make yourself welcome and useful there...» (G. Tucker «A Voyage to the Moon»).

Імовірно-асоціативний аналіз імені концепту і слів-консоціатів, що дібрані з творів англомовної культурної спільноти, дозволяє нам простежити перенесення знань з однієї епохи в іншу в межах англосаксонської культури, виокремити систему прагматичних критеріїв й оцінок, з якими автори підходять до ситуацій і колізій, пов'язаних з домівкою, а отже, й сукупність інтенцій й мотивів, що визначають лексичний вибір для вираження концепту.

Отримані результати аналізу дають підстави зробити наступні **висновки**. Лінгвокультурний концепт «home» у творах XVIII століття профілюється у широкому спектрі доменів, що розкривають різні сфери поняття домівки в саме цей період розвитку англосаксонської нації: домен сім'ї; домен помешкання / речей у помешканні; домен місця, до якого повертаються; домен місця, про яке пам'ятають; домен подорожей, як протиставлення домашньому затишку; домен часу перебування вдома або за його межами; домен батьківщини.

**Перспективним** вважаємо дослідження доменосфери концепту «home» у творах наступних епох, що дасть змогу простежити еволюцію концепту як в плані мовної свідомості письменників, так і під впливом історично-культурних чинників.

#### Література:

1. Богуславский И. М. Сфера действия лексических единиц / И. М. Богуславский. – М. : Школа: «Языки русской культуры», 1996. – 460 с.
2. Мартинюк А. П. Словник основних термінів когнітивно-дискурсивної лінгвістики / А. П. Мартинюк. – Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2012. – 196 с.
3. Никитин М. В. Основы лингвистической теории значения: учебное пособие. / М. В. Никитин. – [2-е изд.]. – М. : Книжный дом «ЛИБРИКОМ», 2009. – 168 с.
4. Рахилина Е. В. Когнитивный анализ предметных имен: семантика и сочетаемость / Е. В. Рахилина. – [Изд. 2-е, испр. и доп.]. – М. : Издательский центр «Азбуковник», 2010. – 448 с.
5. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми: підручник / О. О. Селіванова. – Полтава : Довкілля-К, 2008. – 712 с.
6. Филлмор Ч. Фреймы и семантика понимания / Ч. Филлмор // Когнитивные аспекты языка. – М. : Прогресс, 1985. – Вып. XXIII. – С. 52-92.
7. Altmann G. The nature of linguistic units / G. Altmann // Journal of Quantitative Linguistics. – 1996. – № 3 – P. 1-7.
8. Langacker R. W. concept, Image and Symbol: the Cognitive Basis of Grammar / R. W. Langacker. – Berlin : Mouton de Gruyter, 1991 – 395 p.
9. Talmy L. Figure and ground in complex sentences / L. Talmy // Universals of human language [Greenberg et al (eds)]. – Standford : SUP, 1978. – Vol. 4. – P. 625-649.

Єфименко В. А.,

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ

## ФОКАЛІЗАЦІЯ ТА МЕДІАЦІЯ В СУЧАСНИХ НАРАТИВАХ

*У статті розглядаються особливості таких форм організації нарративного простору, як фокалізація та медіація, та їх застосування до аналізу казкових нарративів.*

**Ключові слова:** фокалізація, медіація, нарратив.

*В статье рассматриваются особенности таких форм организации нарративного пространства, как фокализация и медиация, и их применение к анализу сказочных нарративов.*

**Ключевые слова:** фокализация, медиация, нарратив.

*The article analyzes peculiarities of such forms of narrative space organization as focalization and mediation and their application to the analysis of fairy tale narratives.*

**Keywords:** focalization, mediation, narration.

У сучасній наратології існують різні підходи до питання фокалізації. Під фокалізацією в широкому сенсі слова мається на увазі перспектива, кут зору, під яким передаються певні події. У. Марголін визначає фокалізацію як нарратив, що включає текстову репрезентацію специфічних існуючих сенсорних елементів текстуального світу оповіді, які сприймаються та реєструються (записуються, зображуються, кодуються, моделюються та зберігаються) певною свідомістю або записуючим засобом, який є членом цього світу [5, с. 42]. Французький дослідник Ж. Женетт, автор даного терміну, виділяє наступні види фокалізації: нульова фокалізація, тобто оповідь від імені всезнаючого автора; внутрішня фокалізація – коли оповідач говорить лише те, що знає персонаж, а події передаються з точки зору одного або кількох персонажів; та зовнішня фокалізація – оповідач говорить менше, ніж знає окремих персонаж, обмежуючись описом поведінки персонажів [2].

Деякі дослідники не погоджуються з таким трактуванням фокалізації. Зокрема, М. Бел [1] пропонує об'єднати нульову та зовнішню фокалізацію у єдину підгрупу зовнішньої фокалізації (не тому, що події описуються «ззовні», а тому що вони передаються з точки зору автора, який знаходиться ззовні по відношенню до оповіді). Також дослідниця проводить розмежування між зовнішнім фокалізатором – наратором та внутрішнім фокалізатором – персонажем, який знаходиться всередині світу оповіді. У. Марголін [5, с. 41] звужує сферу вживання терміну фокалізація до безпосередніх учасників оповіді – персонажів та їх ментальної та текстової репрезентації світу оповіді. На думку дослідника, наратори не можуть виступати в ролі фокалізаторів, за винятком особливих випадків, коли наратор обмежує свою перспективу точкою зору одного з героїв. Тобто подібне трактування фокалізації У. Марголіном відповідає внутрішній фокалізації в класифікації Ж. Женетт. Т. Єш та М. Штайн [5, с. 59] розглядають фокалізацію як відбір інформації про вигаданий світ, що здійснюється автором, тоді як під перспективізацією дослідники мають на увазі суб'єктивне сприйняття світу вигаданими персонажами, тобто героями оповіді або наратором (тобто те, що У. Марголін вважає фокалізацією).

Німецькі дослідники Я. К. Мейстер та Й. Шонерт [5, с. 15] в рамках дослідження наративу та перспективи пропонують модель динамічної нарративної системи. Наративна репрезентація є функцією інтелектуальних дій, які відбуваються у трьох вимірах: сприйняття, відображення та медіація. Функцією сприйняття в процесі репрезентації є визначення епістемологічних обмежень. Сприйняття, в першу чергу, характеризується таким параметром, як темпорально-просторова наближеність, а обмеження виникають при утворенні значної відстані між спостерігачем та предметом його спостережень. Факультативними параметрами є когнітивний та емоційний контакт. Основною репрезентативною функцією відображення є обробка та оцінка інформації, отриманої в процесі сприйняття, яка включає визначення когнітивного, емоційного та нормативного відношення до об'єкта репрезентації. Додатковими параметрами в цьому випадку є семантичні відносини частини-цілого та темпорально-просторове розташування. При медіації основною репрезентативною функцією є визначення семіотичних обмежень, що регулюють кінцевий результат процесу репрезентації. Саме на цьому етапі визначається можливість конкретної семіотичної реалізації, вибирається спосіб та засоби артикуляції певного об'єкта. Факультативними у даному випадку стають параметри, які були основними у перших двох вимірах, а саме темпорально-просторові відношення та когнітивні, емоційні та нормативні відношення до об'єкта репрезентації.

Я. К. Мейстер та Й. Шонерт на основі різних комбінації сприйняття, відображення та медіації будують типологію репрезентацій, яка включає необмежену та обмежену репрезентації наратора, приховану, відкриту, необмежену репрезентації актора/персонажа та змішану репрезентацію наратора та персонажа [5, с. 34].

Спробуємо застосувати вищезгадану модель для аналізу казкового наративу. Проаналізуємо наступний уривок з казки «Червона шапочка» із збірки Merseyside Fairy Story Collective:

Red Riding Hood stood listening. She knew it was one of the grey wolves. But who would believe her? They would laugh and say she had imagined it. She thought of her great-grandmother, all alone.

What if a wolf had come again for her now that she was no longer young and agile? Red Riding Hood turned around and ran into the forest and along the path to the old woman's cottage.

She ran and ran until her side hurt and her heart thumped so fast she had to stop to get some breath.

The moon shone through the bare branches of the trees onto the snow and the frozen earth. It was very still [6, с. 253].

Даний уривок представляє собою змішану репрезентацію наратора та персонажа. Вільна непрямая мова персонажа описує його думки, опис дій включає як сприйняття персонажем, так і зовнішнє сприйняття, а опис природи

являє собою репрезентацію наратора. Сприйняття прив'язано до часу та місця, де відбуваються події оповіді, воно містить низку емоцій, викликаних боязню вовка та тривогою героїні щодо долі бабусі. Відображення має чітко виражене емоційне забарвлення з фокусом на персонажі та з мінімальною оцінкою дій персонажа з боку наратора. В процесі медіації темпорально-просторове положення персонажа, його когнітивно-емоційна позиція набуває ще більшої ваги, проте медіатором значної частини оповіді виступає наратор.

Новий підхід до питань фокалізації та медіації пропонується американським дослідником Д. Германом. Під фокалізацією автор розуміє процес концептуалізації та побудови оповіді матеріалізованою свідомістю (*embodied mind*) [3]. Д. Герман, спираючись на дослідження Р. Лангакера та Л. Телмі в сферах когнітивної граматики та когнітивної семантики, виділяє параметри побудови оповіді, в основі якої лежить поняття перспективи. Серед них статичне або динамічне сканування місця дії, його рамки, центральні та другорядні фігури, ступінь деталізації, просторова та часова точка зору (віддалена, середня, наближена), ступінь об'єктивності/суб'єктивності тощо [5, с. 130]. Дані категорії можуть застосовуватись до аналізу текстів як традиційних жанрів, так і таких мультимедіальних наративів, як графічні повісті.

Цікавим для аналізу перспективи видається наступний уривок з повісті Т. Холта «Білосніжка та семеро самураїв»:

The face came slowly down on him, like nightfall on a man condemned to hang at dawn, and the frog could see an opening beginning to form in the sheer rose-red wall of flesh. It was opening its mouth.

Poetic justice, thought the frog, I'm going to get eaten. In a way, it wasn't such a bad way to go at that. Looked at from the right angle, the food chain's more like a party conga, winding in and out through the discarded paper trays and slices of cake ground into the carpet and taking everybody with it. He braced himself; then couldn't help a spasm of terrified pain as the burning hot surface membranes of the all-enveloping mouth made contact with his skin. There was a ghastly slurping sound –

And then, nothing. He hadn't been eaten after all. [4, с. 51]

У даному уривку розповідь подається з перспективи головної дійової особи уривку – жаби. Просторово місце дії оглядається персонажем знизу (зверху до нього наближається обличчя іншої дійової особи, яка виступає об'єктом спостереження). Початкова віддаленість об'єкту спостереження і пов'язаний з цим невеликий ступінь деталізації (*rose-red wall of flesh*) поступово змінюється максимальною наближеністю до нього та, відповідно, великим ступенем деталізації (*burning hot surface membranes*). Використання невластиво прямої мови в середині уривку позначає перехід до нової концептуалізації і нового, гіпотетичного місця дії (місця проведення вечірки), значно віддаленого від того, де відбувається оповідь. Проте, незважаючи на цю віддаленість, деталізація зберігається (*discarded paper trays, slices of cake*), що є характерною рисою опису уявних сцен.

Підсумовуючи, варто зазначити, що фокалізація та медіація є важливими чинниками організації наративного простору. Актуальним завданням в рамках когнітивної наратології є виявлення когнітивних вимірів фокалізації в різних наративних текстах, зокрема казкових наративах.

#### Література:

1. Bal M. *Narratology: Introduction to the Theory of Narrative*. – Toronto : University of Toronto, 1997.
2. Genette G. *Narrative Discourse*. – Oxford : Blackwell, 1980.
3. Herman D. (ed.) *The Cambridge Companion to Narrative*. – Cambridge : Cambridge University Press, 2007.
4. Holt T. *Snow White and the Seven Samurai*. London: Orbit, 2011.
5. Huhn P., Schmid W., Schonert J. (eds.) *Point of View, Perspective, Focalization: modeling mediation in narrative*. – Berlin : Walter de Gruyter GmbH, 2009.
6. Zipes J. (ed.) *The Trials & Tribulations of Little Red Riding Hood*. – NY : Routledge, 1993.

Застровська С. О.,

Волинський національний університет імені Лесі Українки, м. Луцьк

## ВИРАЖЕННЯ ВВІЧЛИВОСТІ У НІМЕЦЬКОМОВНОМУ ДИСКУРСІ

У роботі систематизуються різні теорії ввічливості, з'ясовується зміст поняття «ввічливість» у динаміці, прослідковується взаємозв'язок мовних, парамовних та немовних засобів вираження ввічливості у німецькій мові.

**Ключові слова:** принцип ввічливості, максими ввічливості, імідж (face), кооперативність, мовні/парамовні/немовні засоби.

В работе систематизируются различные теории вежливости, выясняется содержание понятия «вежливость» в динамике, прослеживается взаимосвязь вербальных, паравербальных и невербальных средств выражения вежливости в немецком языке.

**Ключевые слова:** принцип вежливости, максимы вежливости, имидж (face), кооперативность, вербальные/паравербальные/невербальные средства.

The article deals with the problem of politeness, which stands under discussion in different theories. The meaning of politeness and its presentation in the discourse are analyzed. The attention is paid to the interaction of different verbal, para-verbal and non-verbal means, which are used to express the politeness in German.

**Key words:** the principal of politeness, maxims of politeness, image, cooperation, verbal/para-verbal/non-verbal means.

Поняття ввічливості трактується у різних теоріях з певними відмінностями (Ф. П. Бацевич, І. П. Сусов, Р. Brown, S. Levinson, R. Lakoff, G. N. Leech, S. Nicolaysen u. a.). Відповідно пропонуються різні види, принципи, максими ввічливості і тощо. До проблеми ввічливості звертаються соціологи, культурологи, філософи. Лінгвістів цікавить так звана вербальна ввічливість, яка стала самостійним об'єктом дослідження у 70 роки ХХ століття. Підґрунтям для цього слугували насамперед прагматичні теорії мовленнєвих актів Дж. Остіна та Дж. Серля. Теорії ввічливості стали подальшим розвитком теорій мовленнєвих актів. Оскільки прагматичні теорії у своєму доповненні та розвитку виростили до загальної теорії комунікації [2, с. 131-133; 3, с. 10], то дослідження ввічливості належить до **актуальних** проблем сучасної комунікативної лінгвістики, яка скеровує погляд на практичне використання мови у різних сферах життя, виявляє умови та причини успішної / неуспішної комунікації, міжкультурної у тому числі. Кожна мова володіє мовними одиницями для вираження ввічливості, які доповнюються парамовними та немовними засобами, що варіюють від універсальних до специфічно-національних. Проблемною стає асинхронна дія мовних, парамовних та немовних засобів, що засвідчує наявність розбалансованості між поверхневим вираженням ввічливості та змістовним наповненням цього поняття.

**Метою** статті є виявити взаємодію різних засобів вираження ввічливості представників німецької лінгвокультури з урахуванням соціальних, ситуативних ролей та гендерних особливостей комунікантів. Основна мета передбачає розв'язання таких **завдань**: 1) систематизувати відомі теорії ввічливості та з'ясувати зміст поняття «ввічливість»; 2) зацентрувати увагу на мовних одиницях різних рівнів для вираження ввічливості у німецькій мові; 3) виявити парамовні та немовні засоби, які супроводжують мовне вираження ввічливості.

**Об'єктом** дослідження є мовні одиниці різних рівнів та немовні і парамовні засоби на **предмет** їхньої спроби виражати ввічливість.

**Матеріалом** дослідження слугували твори сучасної німецької літератури.

Етимологія слова *Höflichkeit* повертає нас у Середньовіччя, коли значення цього слова трактувалось як гарна поведінка при дворі. Зразком такої поведінки слугував етикет вищого суспільства. Однак зі зникненням дворянських дворів, значення слова *Höflichkeit* змінюється: екстенсіоналом слова стає гарна поведінка всіх незалежно від суспільного статусу. У словникові Wahrig лексема *Höflichkeit* має два значення: 1) *höfliches Betragen* (ввічлива поведінка), що пояснюється у таких прикладах: *Darüber schweigt des Sängers Höflichkeit = Darüber spricht man als höflicher Mensch nicht*. Йдеться про те, що мовець уникає згадувати речі, неприємні для слухача; 2) (zählb.) *unverbindlich-freundliche Worte, Kompliment* [8, с. 652].

До сім'ї слова *Höflichkeit* належать слова *Höflichkeitsfloskel*, *Höflichkeitsformel* та *höflich*. Формули ввічливості (*Höflichkeitsfloskel*, *Höflichkeitsformel*) – це мовні вислови, які застосовуються із ввічливості і які більше нічого не означають та ні до чого не зобов'язують [ebenda]. Враховуючи існуючі теорії ввічливості така інформація щодо поняття ввічливості видається неповною. Більш інформативною є словникова стаття лексеми *höflich*. Словник Duden дає таке визначення: *höflich* [mhd. *hoflich*, *hovelich* = *hofgemäß*, *fein*, *gesittet* und *gebildet*]: (in seinem Verhalten anderen Menschen gegenüber) *aufmerksam* und *rücksichtsvoll*, so, wie es die Umgangsformen gebieten [5, с. 728]. Wahrig пояснює значення прикметника *höflich* через лексеми *wohlerzogen*, *verbindlich*, *taktvoll*, *rücksichtsvoll*, *zuvorkommend* [8, с. 653]. Отже, наведені фрагменти словникових статей засвідчують наявність таких ознак поняття «ввічливість»: освіченість, обов'язковість, люб'язність, вихованість, тактовність, уважність, послужливість і тощо. Можна сказати, що ввічлива, вихована людина більше думає за свого співрозмовника ніж за себе: стратегія ввічливості є однією із стратегій досягнення кооперативності у спілкуванні. Не слід забувати, що це реципрокова стратегія, яка вимагає ввічливих дій як з боку мовця так і з боку слухача, ролі яких почергово змінюються у розмові. Важливим поняттям у різних теоріях ввічливості є поняття іміджу чи збереження обличчя (*face*). Співрозмовники піклуються за збереження іміджу один одного – саме на цьому наголошується у різних теоріях ввічливості. Так Робін Лакофф, базуючись на конверсаційних максимах Г. П. Грайса, домінують вважає його максимум *«be polite»*. На відміну від Г. П. Грайса, Р. Лакофф наголошує на універсальному характері правил ввічливості, оскільки саме вони відповідають за налагодження та підтримання соціальних стосунків. Ці правила такі:

*Don't impose: Don't intrude into other peoples business* (Не втручайся у справи інших людей).

*Give options: Let A make his own decisions – leave his options open for him* (Забезпеч співрозмовнику А свободу вибору).  
*Make A feel good: be friendly* (будь дружжелюбним).

Правила прагматичної компетенції, правила ввічливості та конверсаційні максими взаємодіють у різних контекстах у різний спосіб. Сформульовані Р. Лакофф правила відповідають трьом видам ввічливості: формальній, неформальній та інтимній. [цит. за 6, с. 21-23]

Дещо інші правила формулює у своїй теорії ввічливості Дж. Ліч (1983). Подібно до Г. П. Грайса він наводить максими, що розкривають суть принципу ввічливості:

- максима тактовності (Tact Maxim): мінімізуй неприємності для слухача, максимізуй приємні наслідки;
- максима великодушності (Generosity Maxim): мінімізуй користь для себе, максимізуй користь для слухача;
- максима схвалення (Approbation Maxim): мінімізуй критику слухача, максимізуй його похвалу;
- максима скромності (Modesty Maxim): максимізуй імідж слухача, мінімізуй самопохвалу;
- максима згоди (Agreement Maxim): мінімізуй незгоду зі слухачем, максимізуй згоду;
- максима симпатії (Sympathy Maxim): мінімізуй антипатію, максимізуй симпатію по відношенню до слухача

[цит. за 6, с. 24].

Центральною максимом Дж. Ліч вважає максиму тактовності: мовець повинен гарантувати мінімальні зусилля з максимальною вигодою для адресата, в той час як сам мовець прикладає максимальних зусиль з мінімальною вигодою для себе. Дія максимум на користь ввічливості залежить від багатьох чинників. Вцілому ці максими мають характер приписів та скеровані на кооперативність і уникнення конфліктних ситуацій.

Дослідженням ввічливості займаються також Пенелопа Браун та Стефен Левінсон (1987). Ввічливість розглядається ними як стратегія збереження іміджу чи обличчя (*face*).

Свої дослідження вони базують на конкретному живанні мовних одиниць. Важливим у їхній теорії ввічливості є те, що комуніканти піклуються як про імідж, обличчя (*face*) співрозмовника, так і про свій власний. Дослідники розрізняють позитивний імідж (*positive face*) та негативний імідж (*negative face*). Позитивний імідж передбачає визнання кожного із комунікантів, негативний – потребу індивідуума у свободі дій та прийнятті рішень.

Що стосується термінів «позитивна та негативна ввічливість», то як зауважує І. П. Сусов, атрибути позитивний/негативний не видаються вдалим для трактування категорії ввічливості. Він оперує поняттями «повага» (рос. уважительность) та «чемність» (рос. учтивость). Відношення між комунікантами мають скалярний характер та варіюють в межах «повага – неповага» [3, с. 191-193].

П. Браун та С. Левінсон вводять поняття «*face-threatening-acts (FTAs)*», під яким розуміють мовленнєві дії, які можуть загрожувати іміджу комунікантів. До таких мовленнєвих дій (актів) вони відносять накази, прохання, пропозиції, задрість, компліменти та скарги, критику, образи тощо. У ситуаціях, де актуалізуються зазначені мовленнєві акти, комуніканти мають бути вкрай обережними, щоб не порушити кооперативність спілкування (більш детальний огляд зазначених теорій див. у роботах [1, с. 199-204; 3, с. 191-204; 6, с. 16-30]). Наведені теорії ввічливості розраховані на ідеальних комунікантів, які притримуються правил ввічливості. Проте у реальних ситуаціях спілкування спостерігається інша картина. Для досягнення своєї комунікативної мети співрозмовники не завжди слідують правилам ввічливості. Вживання мовних засобів може не відповідати тим ознакам, які формують зміст поняття ввічливості. Це, можна сказати, вдавана ввічливість, яка зовсім не відповідає своєму змісту. Розглянемо приклади, які демонструють 1) значущість ввічливості для успішної комунікації; 2) ігнорування правил ввічливості; 3) симетричну та асиметричну взаємодію різних засобів щодо ввічливості і тощо.

1. Фрагмент розмови між персонажами твору У. Данеллі «Стелла Термоген» (1977) пані Леманн (Frau Lehmann) та Ганною (Hanna). Вони належать до різних вікових категорій:

«*Ach, entschuldigen Sie*», sagte sie (Hanna) atemlos und errötete wieder.

«*Wat'n los?*» fragte Frau Lehmann mißtrauisch. <...>

«*Das Kind, von dem Sie eben erzählt haben, das Kind bei Ihnen da im Hof... Kann ich es nicht mal sehen?*»

«*Klar doch. Warum denn nicht? Wenn Sie nie'n Kind gesehen haben. Ist kein hübsches Kind. Rote Haare hat es auch.*»

«*Ich möchte es gern mal sehen*», bestand Hanna auf ihrem Wunsch.

«*Na, denn komm' Sie eben mit*» [4, с. 14].

Мовлення Ганни містить мовні засоби вираження ввічливості: етикетні контактостановлюючі формули (*Entschuldigen Sie*), Кон'юнктив II для вираження бажання (*Ich möchte es gern mal sehen*), модальне дієслово *können* у питальному реченні для вираження прохання-дозволу (*Kann ich es nicht mal sehen?*). Натомість репліки пані Леманн не справляють враження ввічливих відповідей: вживання зустрічних запитань (*wat'n los?*, хоча ввічливо було б *ja, bitte*), риторичних запитань (*Warum denn nicht?*), іронічних зауважень (*Wenn Sie noch nie'n Kind gesehen haben*). Подальша (ненаведена тут) розмова містить стилістично понижену лексику у висловленнях пані Леманн (*Fratzen, Rotzneesen*), метакомунікативні висловлення з порушенням правил ввічливості (*Sie hören doch, was ich ebent gesagt hab'*), риторичні питання (*Wer soll sich denn kümmern?*). На завершення безапеляційна констатація факту: *Hier hat jeder mit sich selbst zu tun* (Тут кожен воліє сам за себе). Хоча остання репліка пані Леманн стосується дитини, про яку ніхто не піклується, у даній ситуації це висловлення набуває генералізуючого значення: мешканці задвірків (*Hinterhöfe*) байдужі до інших. Зазначені мовні засоби у супроводі парамовних та немовних явищ (наведених у авторських ремарках) характеризують неординарну поведінку комунікантів щодо застосування стратегії ввічливості. Ганна постає як люб'язна, сором'язлива, скромна людина (що засвідчують також симетрично діючі парамовні та немовні засоби: *atemlos sagen, erröten, mit tiefer zärtlicher Stimme flüstern, stammeln, neben dem Körbchen niederknien, einen jähnen, tiefen Schmerz fühlen u. a.*). Натомість пані Леманн справляє враження недовірливої, категоричної, безцеремонної людини, на що також вказують синхронно діючі парамовні та немовні засоби (*mißtrauisch fragen, überrascht auf die Kniende niederblicken, weitschweifisch über die Familie Termogen berichten u. a.*). Два різні характери, два різні уявлення про ввічливість. Саме завдяки манері спілкування та по-

ведінці Ганни зорієнтована на конфронтацію розмова збоку пані Леманн у кінцевому результаті виявилась кооперативною. Хоча це коштувало Ганні чималих зусиль. Саме стратегія ввічливості допомогла їй не реагувати на недружелюбні іронічні висловлення пані Леманн та досягти комунікативної мети.

2. Фрагмент розмови між персонажами того ж твору – колегами-вчителями фрейлейною Транк (*Fräulein Trunk*) та новим вчителем (його ім'я до речі у романі з'являється пізніше – пан Крюгер). Фрейлейн Транк хотіла повернути увагу нового вчителя до Стелли Термоген (вона знала умови її життя та відношення до неї у сім'ї):

«*Was ist denn Besonderes los mit dem Kind?*» *fragte der erstaunt.*

«*Was, weiß ich auch nicht*», *sagte Fräulein Trunk. «Aber etwas Besonderes eben. Sie ist sehr zart und empfindlich».*

«*Das sind viele Kinder heute*», *meinte der Kollege ungerührt. Und zurechtweisend fügte er hinzu: «Ich bin nicht dafür, daß man ein Kind bevorzugt».*

*Fräulein Trunk errödete ärgerlich. «Ich habe Stella nie bevorzugt. Ich habe sie nicht anders behandelt. Aber sie ist ein besonderes Kind. Und sehr intelligent. Sie lernt spielend».*

«*Das ist nicht immer ein Vorteil*», *erwiderte der Kollege im Schulmeisterton. «Fleißige Schüler sind mir lieber. Fräulein Trunk gab ihm einen wütenden Blick und ließ ihn stehen. Sie ahnte, daß sie Stella keinen guten Dienst erwiesen hatte. So war es auch».* <...> [4, с. 18].

Розмова закінчилась комунікативною невдачею. Новий вчитель не був налаштований на кооперативність (про приписи Дж. Ліча точно не чув), його формальна ввічливість суперечить змістовному наповненню поняття ввічливості: він не турбується про такі речі як тактовність, імідж співрозмовника. Це засвідчують симетрично діючі парамовні та немовні дії, описані автором (*erstaunt fragen, ungerührt meinen, zurechtweisend hinzufügen, im Schulmeisterton erwidern*). Така поведінка нового вчителя визвала роздратування та почуття незадоволення собою у його співрозмовниці (*ärgerlich erröten, einen wütenden Blick geben, ihn stehenlassen*). Фрейлейн Транк зрозуміла, що зробила Стеллі погану послугу (*Sie ahnte, dass sie Stella keinen guten Dienst erwiesen hatte*). Отже, незважаючи на коректно вживані мовні засоби, стратегія ввічливості (у змістовному розумінні поняття «ввічливість») не призвела до досягнення комунікативної мети.

3. Фрагмент розмови між персонажами твору Е. Сандерс «*Radau im Reihenhau*» (1986). (Сім'я Сандерсів здійснює візит ввічливості з метою знайомства з новими сусідами):

«*Was wollen Sie?*»

«*Mein Name ist Sanders. Ich bin...*»

«*Wir kaufen nie etwas an der Tür!*» *unterbrach die Spitznasige Rolfs Sprüchlein.*

«*Ich will Ihnen ja gar nichts verkaufen! Wir sind Ihre neuen Nachbarn und möchten uns lediglich bekanntmachen».*

«*So? Nachbarn sind Sie? Die anderen kennen wir auch nicht. Wir verkehren mit niemandem. Mit Ihnen werden wir auch nicht verkehren! Guten Tag!*»

*Unter Kettengerassel knallte die Tür wieder zu.*

«*Das war eine glatte Abfuhr!*» *stellte Rolf mit bemerkenswerter Auffassungsgabe fest.* <...> [7, 52].

Цей фрагмент розмови демонструє повне порушення принципу ввічливості одним із комунікантів. Це засвідчують його мовні та немовні дії: не вислуховує співрозмовника до кінця, не говорючи вже про відсутність адекватної відповіді на контактостановлюючу формулу ввічливості (*unterbrechen*), окличні речення, які засвідчують роздратованість мовця як наслідок його хибних пресупозицій, категоричність висловлень, відмова у спілкуванні висловлюються прямо без будь-якої аргументації, наявне доволі грубе вживання формули привітання з інтенцією прощання (*Guten Tag!*). Мовлення супроводжується агресивними діями (*die Tür zuknallen – гримнути дверима*). Як визнає сам Рольф Сандерс: «*Das war eine glatte Abfuhr*» (Це була категорична відмова). Наведений фрагмент розмови – яскравий приклад повного ігнорування принципу ввічливості одним із співрозмовників. Фрейлейн Маргарет це розуміє, оскільки набагато пізніше, за інших умов, вона визнала, що до сих пір почувається незручно за неввічливий прийом Сандерсів: «*Es ist sehr unhöflich von uns gewesen, und später hat es uns auch wirklich leid getan, aber wir hatten dann nicht mehr den Mut, Sie noch einmal anzusprechen».* <...> [7, с. 210].

Отже, на завершення підіб'ємо підсумки нашого аналізу: 1. Поняття «ввічливість» у процесі історичних змін зазнало змістовних перетворень. 2. Різні існуючі теорії ввічливості містять приписуючи правила (максими), реальна комунікація демонструє однак як симетричний так і асиметричний дуалізм форми та змісту. 3. Показовими у плані асиметричного дуалізму є насамперед парамовні та немовні феномени.

Перспективою подальшого дослідження вбачаємо (з метою педагогізації навчання іноземній мові у вузі) аналіз інших прагматичних принципів та теорій.

### Література:

1. Бацевич Ф. С. Вступ до лінгвістичної прагматики: підручник / Ф. С. Бацевич. – К. : ВЦ «Академія», 2011. – 304 с. – (Серія «Альма-матер»)
2. Саліванова О. О. Актуальні напрями сучасної лінгвістики (аналітичний огляд). – К. : Видавництво Українського фітосоціологічного центру, 1999. – 148 с.
3. Сусов И. П. Лингвистическая прагматика. – Винница : Нова книга, 2009. – 272 с.
4. Danella U. «Stella Termogen» Roman. – München : Wilhelm Heyne Verlag, 1977. – 796 S.
5. Duden. Deutsches Universalwörterbuch / Herausgegeben und bearbeitet vom wissenschaftlichen Rat und den Mitarbeitern der Dudenredaktion unter der Leitung von G. Drosdowski. – 3. Auflage. – Mannheim, Leipzig, Wien, Zürich: Dudenverlag 1996. – 1816 s.
6. Nicolaysen S. Das Kompliment als Höflichkeitsstrategie. – Saarbrücken : VDM Verlag Dr. Müller e. K., 2007. – 128 s.
7. Sanders E. Radau im Reihenhau. Heiterer Roman. – München : Hestia Verlag GmbH, 1986. – 348 s. – Heyne-Buch
8. Wahrig. Deutsches Wörterbuch / G. Wahrig. – München : Bertelsmann Lexikon Institut, 2002. – 1451 s.

Зозуля М. О.,  
Національний авіаційний університет, м. Київ

## СПОСОБИ АКТУАЛІЗАЦІЇ КОНЦЕПТУАЛЬНОЇ МЕТАФОРИ-ПЕРСОНІФІКАЦІЇ В РОМАНАХ У. ГОЛДІНГА

Стаття присвячена дослідженню видів метафоричних виразів, які представляють концептуальну метафору-персоніфікацію в романах У. Голдінга. Проведено кількісний аналіз способів вербалізації метафори-персоніфікації в романах автора. Виявлено вид метафоричних виразів, використанню якого віддається перевага в процесі вербалізації.

**Ключові слова:** концептуальна метафора, порівняння, епітет.

В статье рассматриваются способы представления концептуальной метафоры-персонификации в романах У. Голдинга. Проведен количественный анализ способов вербализации метафоры-персонификации в романах автора. Выявлен вид метафорических выражений, который преобладает в процессе вербализации.

**Ключевые слова:** концептуальная метафора, сравнение, эпитет.

The article deals with metaphoric phrases used to represent conceptual personification in the novels by W. Golding. The results of the quantitative analysis of different kinds of metaphor verbalization are given. The kind of the metaphoric phrase which prevails in verbalization of the conceptual personification was revealed.

**Key words:** conceptual metaphor, comparison, epithet.

Дослідженню різноманітних аспектів метафори присвячені праці багатьох вчених. У вивчення цього феномену вагомих внесок, починаючи з Аристотеля, внесли як філософи [3, 4, 7, 8], так і та лінгвісти [1, 2, 6, 9, 12, 13 та ін.]. Особливої уваги заслуговують дослідження метафори в рамках когнітивної парадигми, які дають змогу глибше зрозуміти механізм виникнення метафори як явища повсякденної свідомості [13, 15, 16].

У когнітивній лінгвістиці поняття метафори не обмежується дослідженням її традиційної ролі в мові художньої літератури. Метафора розглядається як головний засіб нашої концептуальної системи, за допомогою якого ми розуміємо й сприймаємо один тип об'єктів у термінах об'єктів іншого типу [11, с. 70]. Згідно з сучасною когнітивною теорією **концептуальна метафора** визначається як перенесення інформації з однієї царини знань (царини-джерела – source domain, що містить знання про предмет, явище, об'єкт, який залучається для позначення іншого предмета або явища) в іншу царину знань, так звану царину мети – target domain, що містить інформацію про сутність, яка позначається [12; 13, с. 203]. При цьому суттєвим постає розмежування лінгвістичного виразу метафори та її концептуального змісту [5, с. 82]. У цьому, власне, йдеться про розмежування поверхневої і глибинної семантичної структури, які по-різному репрезентовані в мовленні. Так, наприклад, концептуальна метафора THE MAN IS A SHARK може бути представлена на поверхневому рівні декількома способами: «that man is a shark», «shark-man», «he is sharking», «he's always got to keep moving forward» і т. ін. [14, с. 105].

В основі багатьох висловлювань, які використовуються нами в повсякденному житті, лежить єдина концептуальна структура, що є спільною для багатьох людей. Так, наприклад, в англійській мові концептуальна метафора GOOD IS UP 'ДОБРЕ ВГОРІ' закладена в основу таких висловлювань, як:

*He was over the moon about it.* 'Він був щасливий'.

*I feel on top of the world.* 'Я почувую себе дуже щасливим'.

*I was high.* 'Я був дуже задоволений' [14, с. 109].

На противагу цьому BAD IS DOWN 'ПОГАНО ВНИЗУ' є концептуальною метафорою, що лежить в основі наступних висловлювань:

*I feel so low.* 'Я почувуюся таким нещасним'.

*He's down-and-out.* 'Він зовсім без грошей, йому не щастить'.

*This is really the pits.* 'Це дуже погано' [14, с. 109].

В даній статті розглянемо, яким саме чином відбувається актуалізація концептуальної метафори-персоніфікації в романах У. Голдінга, одного з найвизначніших прозаїків Великої Британії, пластична, барвіста, напружена проза якого безперечно належить до найбільш яскравих явищ післявоєнної британської літератури. Його твори приваблюють своєю драматичною міццю, філософською глибиною, буйністю складних поетичних метафор [10, с. 5].

При дослідженні концептуальних метафор важливо усвідомлювати фундаментальну відмінність між лінгвістичним виразом метафори й концептуальним змістом, що лежить в її основі. Для позначення способів подання концептуальної метафори в мовленні будемо використовувати термін **метафоричний вираз**. Так, концептуальна метафора «ОБ'ЄКТИ ПРИРОДИ Є ЖИВА ІСТОТА» представлена в романах У. Голдінга, серед іншого, наступними виразами:

– *The moon fell into the boiling water and danced there, broke up, reformed, then broke again, as if the water were cool as the river.* 'Місяць впав у киплячу воду і танцював там, розбився на шматки, зібрався, й знову розбився, наче вода була холодна, як у річці' [Scorpion God, p. 91];

– *(moon) She neither threatened nor invited, but was placidly sunk in her own business and allowed men to hunt.* '(місяць) Вона не погрозувала й не запрошувала, але була спокійно заглиблена у свої справи й дозволяла чоловікам полювати' [Scorpion God, p. 89];

– *The sea came back and fawned round his face, licked him.* 'Море повернулося й лащилося навкруги його обличчя, лизало його' [Pincher Martin, p. 22];



- *The cliffs of the deep gully were singing*. ‘Стрімчак глибокого яру співали’ [Inheritors, p. 81];
- «Aaaa» *sang the cliff*. «Aaaa» ‘«Аааа», співав стрімчак, «Аааа»’ [Inheritors, p. 84].

У результаті аналізу метафоричних виразів, які актуалізують концептуальну метафору-персоніфікацію в романах У. Голдінга, було з’ясовано, що вони поділяються на п’ять видів:

– **Метафора в традиційному її розумінні**, наприклад (метафоричний вираз підкреслено): *At once she was aware of how the mountain looked down at her* ‘Вона відразу ж відчула, як гора подивилася на неї’ [Scorpion God, p. 69]. Так, такий об’єкт неживої природи, як гора, ототожнюється з живою істотою, наділеною здатністю бачити.

– **Метаморфоза** (повне ототожнення різних за своєю суттю об’єктів): *(moon) ... a white Sky Woman danced* ‘(місяць) ... біла Небесна Жінка танцювала’ [Scorpion God, p. 101]. У цьому прикладі такий неживий астрономічний об’єкт природи, як місяць, ототожнюється з живою істотою, а саме – жінкою, за кількома параметрами (форма та вид руху, властиві живій істоті).

– **Порівняння** (часткове уподібнення об’єктів). Порівняння відрізняється від метафори в традиційному її розумінні структурно (наявність зв’язки «як», «like» тощо) та семантично (вказує на ознаку подібності, в той час як метафора її тільки імплікує, а також вказує на нестійку, мінливу ознаку, а метафора – на постійну). Від метаморфози порівняння відрізняється тим, що воно виокремлює лише загальну ознаку для обох об’єктів, а метаморфоза повністю ототожнює їх. Розглянемо це на прикладі: *The settlement stayed as wide awake as the animals on the plain* ‘Поселення не спало, як тварини на рівнині’ [Scorpion God, 72]. В наведеному прикладі поселення уподібнюється тваринам на основі тільки однієї ознаки «не спати», на яку вказує зв’язка «as ... as»/«як». Ця ознака є нестійкою, тобто вона може змінюватися.

– **Метафоричний епітет** (метафоричне визначення певного денотата): *happy darkness* ‘щаслива темрява’ [Scorpion God, p. 95], *pitiless fire* ‘безжальний вогонь’ [Scorpion God, p. 162]. Так, у наведених прикладах такі явища природи, як вогонь та темрява отримують метафоричне визначення завдяки наділенню їх, як живої істоти, почуттями («щаслива», «безжальний»).

– **Мертва або стерта** (конвенціональна) **форма метафори**. Такі випадки є стійкими словосполученнями та іноді навіть не сприймаються спочатку як метафори, наприклад: *the foot of the mountain* ‘нога гори’ [Inheritors, p. 215], *the head of the bed* ‘голова ліжка’ [Fire Down Below, p. 43].

Під час аналізу фактичного матеріалу в термінах концептуальної метафори з 3425 метафоричних виразів, відібраних шляхом суцільної вибірки з 12 романів У. Голдінга, було виділено 1452 випадки (42,4%) концептуальної метафору-персоніфікації. Всі вони були розподілені за презентованими вище п’ятьма видами (рис. 1):

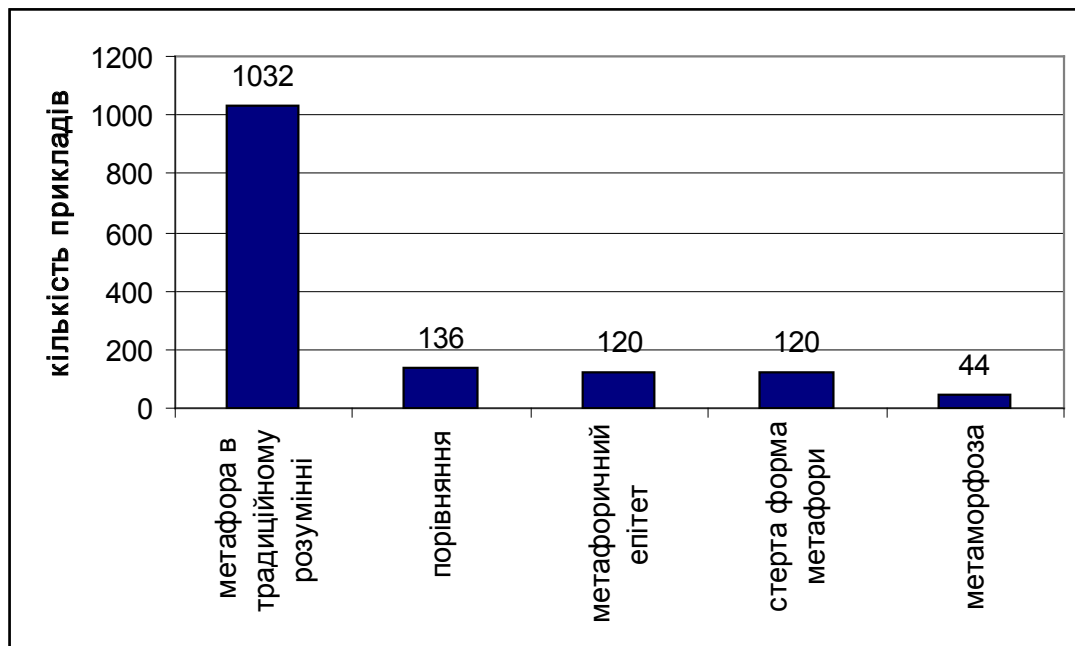


Рис. 1 Види метафоричних виразів

Віддання переваги тому чи іншому способу актуалізації концептуальної метафори стає однією з особливостей ідіостилу письменника. Як видно з рис. 1, частіше за все концептуальна метафора-персоніфікація вербалізується в текстах романів за допомогою метафори в традиційному її розумінні (1032 метафоричні вирази, 71,1%). Доли інших видів метафоричних виразів є незначними. Так, порівняння нараховує лише 136 прикладів (9,4%). Метафоричний епітет та стерта форма метафори представлені однаковою кількістю прикладів – 120 метафоричних виразів (8,25%). Невеликою кількістю метафоричних виразів представлений такий їх вид, як метаморфоза (44 метафоричні вирази, що дорівнює лише 3% від загальної кількості випадків персоніфікації).

В подальшому планується також дослідити функціональні властивості концептуальної метафору-персоніфікації, яка стала причиною появи такої значної кількості яскравих та цікавих образів у творах У. Голдінга.

В подальшому планується також дослідити функціональні властивості концептуальної метафори-персоніфікації, яка стала причиною появи такої значної кількості яскравих та цікавих образів у творах У. Голдинга.

#### Література:

1. Арутюнова Н. Д. Метафора и дискурс / Н. Д. Арутюнова // Теория метафоры / Ред. Н. Д. Арутюнова. – М. : Прогресс, 1990. – С. 5-32.
2. Виноградов В. В. Поэтика и ее отношение к лингвистике и теории литературы / В. В. Виноградов // Вопросы языкознания. – 1962. – № 5. – С. 3-24.
3. Кант И. Критика способности суждения / И. Кант // Кант И. Соч. в 6-ти томах. Т. 5. – М. : Мысль, 1965. – 564 с.
4. Кассирер Э. Сила метафоры / Э. Кассирер // Теория метафоры / под ред. Н. Д. Арутюновой и М. А. Журиной. – М. : Прогресс, 1990. – С. 33-43.
5. Пименова М. В. Типология структурных элементов концептов внутреннего мира (на примере эмоциональных концептов) / М. В. Пименова // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2004. – № 1. – С. 82-90.
6. Попова З. Д. Понятие «концепт» в лингвистических исследованиях / З. Д. Попова, И. А. Стернин. – Воронеж : Воронеж. гос. ун-т, 1999. – 30 с.
7. Рикер П. Живая метафора / П. Рикер // Теория метафоры / под ред. Н. Д. Арутюновой и М. А. Журиной. – М. : Прогресс, 1990. – С. 435-456.
8. Серль Дж. Метафора / Дж. Серль // Теория метафоры / Под ред. Н. Д. Арутюновой и М. А. Журиной. – М. : Прогресс, 1990. – С. 307-342.
9. Телия В. Н. Метафора как модель смыслопроизводства и ее экспрессивно-оценочная функция / В. Н. Телия // Метафора в языке и тексте. – М. : Наука, 1988. – С. 26-52.
10. Чамеев А. Уильям Голдинг – сочинитель притч / А. Чамеев // Голдинг У. Бог-скорпион. – СПб. : Азбука, 2001. – 288 с.
11. Ченки А. Современные когнитивные подходы к семантике: сходства и различия в теориях и целях / А. Ченки // Вопросы языкознания. – № 2. – 1996. – С. 68-78.
12. Lakoff G. Metaphors We Live By / G. Lakoff, M. Johnson. – Chicago : Chicago Univ. Press, 1985. – 242 p.
13. Lakoff G. The Contemporary Theory of Metaphor / G. Lakoff // Metaphor and Thought. – Cambridge : Cambridge University Press, 1993. – P. 202 – 252.
14. Stockwell P. cognitive Poetics / P. Stockwell. – Lnd and N. Y. : Routledge, 2002. – 193 p.
15. Turner M. The Literary Mind / M. Turner. – Oxford : Oxford University Press, 1996. – 188 p.
16. Turner M. Death Is the Mother of Beauty / M. Turner. – USA: Cybereditions, 2000. – 176 p.

#### Список джерел ілюстративного матеріалу:

1. Golding W. Fire Down Below / W. Golding. – London : Faber and Faber, 1989. – 313 p.
2. Golding W. The Inheritors / W. Golding. – London : Faber and Faber, 1988. – 233 p.
3. Golding W. Pincher Martin / W. Golding. – London : Faber and Faber, 1962. – 208 p.
4. Golding W. The Scorpion God / W. Golding. – London : Faber and Faber, 1977. – 178 p.

Ільченко О. А.,  
Академія внутрішніх військ МВС України, м. Харків

## МЕТАФОРИЧНІ СЛОВОСПОЛУЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ДИСКУРСУ В МОВІ ЗМІ ХХІ СТ.: АКСІОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ

*У статті проаналізовано метафоричні словосполучення економічного дискурсу сучасних ЗМІ в аксіологічному річизі, що зумовлено характерною рисою мови ЗМІ – соціальною оцінністю, якій підпорядковується принцип добору мовленнєвих засобів у журналістських текстах.*

**Ключові слова:** метафоричні словосполучення, економічний дискурс, мова ЗМІ, аксіологія, соціальна оцінність.

*В статті аналізуються метафоричні словосполучення економічного дискурсу сучасних ЗМІ в аксіологічному аспекті, що обумовлено властивістю мови ЗМІ – соціальною оцінністю, якою підпорядковується принцип вибору мовних засобів, що використовуються для оформлення журналістських текстів.*

**Ключевые слова:** метафоричные словосочетания, экономический дискурс, язык СМИ, аксиология, социальная оценочность.

*In this article analysis of the metaphoric word combination in the economic discourse in the language mass media in axiology aspect, which conditioned is characteristic the language mass media – social appreciate, what subordinate principal selection speech means in media texts.*

**Key words:** metaphoric word combination, economic discourse, the language mass media, axiology, social appreciate.

Останні роки (початок ХХІ ст.) відзначаються значними зрушеннями в політичній, економічній, соціальній та інших сферах життя українського суспільства, що відображаються в мові. Відбулися значні зміни й у розвитку сучасного мовознавства, яке в ХХІ ст. увійшло з новою науковою парадигмою: практично досконале вивчення проблем синтактики й семантики спричинило необхідність глибокого дослідження прагматики [3, с. 1]. Актуальність розвідок у цьому напрямі зумовлена необхідністю опрацювання окремих відгалужень прагмалінгвістики, до яких належить аксіологічна прагмалінгвістика, виокремлена Т. Космедою [3]. Названа дослідниця наголошує, що «оцінка – «найяскравіший представник прагматичного значення» (Н. Арутюнова). Якщо існує семантична парадигматика оцінки (<...>), її граматична парадигматика (<...>), то повинна існувати і прагматична парадигматика оцінки, реалізація якої відбувається у межах аксіологічної прагмалінгвістики» [3, с. 24].

Одним із важливих питань аксіології є проблема структурної характеристики категорії оцінки. Основними елементами структури оцінки називають такі: суб'єкт оцінки (індивід, соціум, частина соціуму), об'єкт оцінки (предмет, явище, особа дійсності), власне оцінка (оцінний предикат); до факультативних елементів відносять такі: оцінна шкала (порівняння зі стандартом), оцінний стереотип (еталон, зразок норми), підґрунтя оцінки (критерій, мотив оцінки) [7, с. 4].

Необхідною умовою здійснення оцінки є існування цінності. «Оцінка – це така думка про предмет, яка виражає його характеристику з огляду на категорії цінності, а цінність – це будь-який предмет певного зацікавлення, бажання, прагнення тощо» [3, с. 4].

У проекції на мову ЗМІ оцінність набуває рис соціальності, втрачаючи індивідуальний характер (див. про це [10: 10]). Це зумовлено тим, що журналіст – представник, «захисник інтересів і цінностей тих чи тих соціальних груп» [2, с. 396-397]. Тож «аксіологічна діяльність журналіста укладається в оцінки тієї чи тієї соціальної групи» [2, с. 397]. Соціальна оцінність – «одна з основних стильових рис газетно-публіцистичного стилю, зумовлена не тільки інформативним, а й – переважно – впливовим характером публіцистичного мовлення» [2, с. 396]. Положення про те, що соціальна оцінність є головним принципом мовної організації ЗМІ, було закладено в працях Г. Солганика (див.: [9; 10]). Дослідник писав: «В інших функціональних стилях проблема оцінності не має такого значення і такої гостроти, як у публіцистиці» [10, с. 10]. Наприкінці 90-х рр. ХХ ст. були зроблені спроби переосмислити цей принцип, які ґрунтувалися на недооцінці впливу екстралінгвальних факторів на лінгвістичні характеристики текстів [2, с. 396]. Г. Солганик слушно зазначив, що «зміна ідеологічної парадигми не скасувала принципу соціальної оцінності» (цит. за [2, с. 396]). Цей принцип впливає з особливостей публіцистичного підходу до викладу матеріалу. Такий ракурс дослідження мовних засобів ЗМІ не втратив своєї актуальності: молоді вчені продовжують активно працювати в цьому напрямі (див. праці: [1; 4; 5; 8] та ін.).

Категорія оцінки найбільш послідовно виявляється в лексиці (див. про це: [3, с. 24; 7, с. 4]). Актуальності в цьому разі набуває дослідження метафори, оскільки «метафорична модель має прагматичний потенціал. Її реалізація здійснюється насамперед за рахунок закріпленої за моделлю оцінки» [4, с. 64]. Метафора є яскравим засобом соціальної оцінності, що функціонує з метою надати певної оцінки суспільним процесам і явищам. Яскраві метафоричні образи надають текстам ЗМІ живості, своєрідності, роблять його цікавим для адресата, дають змогу точно передавати думку, почуття, авторське бачення світу [8: 12]. Наприклад: *Живий корабель Чорнобайщини врізався в цінновий айсберг* (Молодь України, № 89, 2002); *Горілчані витребеньки*. Купуючи горілку преміум-класу, споживач віддає «за імідж» від 200 % її собівартості (Контракти, № 41, 2006); *Інфляційні загрози*. Помірне зміцнення гривні допоможе втриматися на плаву (Закон і бізнес, № 15, 2010).

Завдячуючи відповідному набору властивостей, метафоричність набула статусу важливої ознаки економічного дискурсу (далі – ЕД) ЗМІ, що спричинило необхідність уживання особливого виду метафоричної одиниці – економічної метафори. Під економічною метафорою розуміємо метафору, що є мовним засобом впливу з метою формування в реципієнта (найчастіше в суспільства загалом) або позитивної, або негативної думки про те чи інше економічне явище (експорт, імпорт, інфляцію, іпотеку тощо). Оскільки, за свідченням Г. Солганика, «пу-

блїстична метафора <...> реалїзується на порівняно невеликому контексті, часто в межах словосполучення» [10: 15], маємо підстави виокремити поняття «економічне метафоричне словосполучення». Під цим поняттям розуміємо метафоричні словосполучення, що функціонують у ЕД із характеризувальною метою.

Мета цієї статті – проаналїзувати метафоричні словосполучення ЕД (економічні метафоричні словосполучення), що продукуються в сучасній мові ЗМІ, у річизі аксіології, а саме крізь призму соціальної оцінності.

Джерельною базою послуговували матеріали друкованих, телевізійних і електронних ЗМІ за період 2000 – 2012 рр. До аналізу було залучено понад 2000 метафоричних словосполучень (близько половини з них репрезентують саме аналізований у цій розвідці ЕД).

Надзвичайна важливість соціальної оцінності для мови ЗМІ, зумовила формування й функціонування багатого й різноманітного репертуару оцінних засобів. Принцип соціальної оцінності реалїзується в доборі мовних засобів з оцінним забарвленням, а також – у набутих одиницями мови соціально-оцінних якостей. Г. Солганик стверджує: «Газета не лише добирає з мови соціально-оцінні засоби, але й сама «виробляє» їх» [10, с. 11]. В іншій праці цей же дослідник розрізняє експліцитну й імплїцитну оцінність: до експліцитнооцінних він відносить слова, оцінність яких уходить у семантичну структуру слова, що зберігають оцінне забарвлення поза контекстом; до імплїцитнооцінних – оцінність яких простежується лише у відповідних умовах контексту [9, с. 35]. Так, до експліцитно оцінних слів можемо віднести зокрема такі, як-от: *монстр, пастка, зашморг*, що є компонентами таких економічних метафоричних словосполучень ЗМІ: *Енергетичний монстр шкїрить зуби* (Нація і держава, № 3, 2007); *Інтелект – у фїнансовї пастці* (Демократична Україна, № 131, 2007); *Вигідне кредитування чи фїнансовий зашморг* (Демократична Україна, № 12, 2009).

Імплїцитна оцінність більш складна, багатогранна, непередбачувана. Слова, що набувають оцінності в результаті функціонування в мові ЗМІ, несуть неоднозначне оцінне значення. Оцінки в цьому разі набувають яскравої характеризувальної палїтри, що не вписується в традиційну диференціацію позитивне / негативне. Про це йдеться й у праці «Метафора в мові й тексті»: «Зв'язок метафори і оцінки «добре / погано» зовсім не однозначний» [6, с. 52]. Наприклад: ... *Проти волї цієї місцевї ради більше 200 га дуже дорогої землі були відчужені обласною адміністрацією, а потім продані нею на нібито «прозору» аукціоні* (Комуніст, № 20, 2006). У цьому прикладі негативно-їронічне ставлення підкреслює слово *нібито* та лапки, що є графічним засобом вираження відповідної оцінки.

Дії принципу соціальної оцінності підпорядковується впровадження в мову ЗМІ слів, що репрезентують зокрема такі види дискурсу, як-от: медичний – *Діагноз: гостра бюджетна недостатність* (Дзеркало тижня, № 9, 2000); *Податок на хворобу. З січня ми станемо на 9 % бідніші, якщо пільгу з ПДВ на ліки все-таки скасують* (Дзеркало тижня, № 28, 2003); *Лубни: «бензинова лихоманка»* (Самостійна Україна, Ч. 39, 2004); *Ерозія місцевої економіки триває, руйнівні процеси прискорюються й поглиблюються* (Комуніст, № 4, 2006); військовий – *Горїлчані війни. Епізод II: атака на Nemiroff* (Галицькі контракти, № 26, 2002); *Простір для антиїнфляційної атаки* (Урядовий кур'єр, № 32, 2008); *Росія продовжує «бойові дії» проти українських сирів. У Москві Росспоживнагляд продовжує вилучати з обїгу українські сири* (<http://www.expres.ua>, 11.03.2012, 20:32); аграрний – *Тїнь аграрної країни. Навїть перспектива експорту продукції в країні Євросоюзу не надихає вітчизняних харчовиків на впровадження високих стандартів якості* (Коментарі, № 31 – 32, 2009); *Надої з держави. Дотації, відшкодування податків і манїпуляції із землею залишаються трьома основними джерелами неформального збагачення сільгоспвиробників* (Коментарі, №34, 2009); *Кишенькові сотки. Держслужбовець брав хабарї землею* (Закон і бізнес, №16, 2010). Слова-компоненти метафоричних словосполучень, що репрезентують зокрема названі види дискурсу, набувають нових переносних, контекстуально залежних значень. Такі економічні метафоричні словосполучення не залишаються поза увагою реципієнтів, оскільки вони інформаційно місткі й одночасно яскраві, експресивні й здатні виразити відповідну характеристику.

Імплїцитна оцінка здатна базуватися на протиставленні *своє / чуже* – *Нам «їмплантують» чуже м'ясо. Обїзні урядом «доступні м'ясопродукти» можуть виявитися не такими дешевими, але вони боляче вдарять у спину нашому тваринницькому сектору* (Україна молода № 76, 2008). Привертає увагу паронїмічність слів *їмпортувати* й *їмплантувати* і їх синонімічність у цьому разі. Слово *їмплантувати* вжито в значенні *їмпортувати* з пейоративною семантикою, що не властива ні першому, ні другому нейтрально забарвленому слову.

Отже, для мови ЗМІ важливими побудниками мовленнєвої діяльності є соціальна оцінність. Дія принципу соціальної оцінності зумовлює добір лексичних розрядів, що репрезентують ЕД, тобто визначає лексичну систему названого виду дискурсу ЗМІ. Лексична система мови ЗМІ має відкритий характер, відносна постійність може бути визначена лише для певного періоду, чим зумовлена постійна необхідність (актуальність) її вивчення, а отже, й перспектива подальших досліджень. Тож, здійснений аналіз економічних метафоричних словосполучень у аксіологічному аспекті репрезентує синхронний зріз дослідження лексики ЗМІ початку ХХІ ст.

### Лїтература:

1. Гнітецька М. М. Метафора як засіб вираження оцінності в сучасному публіцистичному тексті / М. М. Гнітецька // Сучасні напрями досліджень міжкультурної комунікації та методики викладання іноземних мов: [зб. наук. пр.]. – 2011. – С. 86-87.
2. Дускаева Л. Р. Социальная оценочность (газетной речи) / Л. Р. Дускаева // Стилистический энциклопедический словарь русского языка / [под ред. М. Н. Кожинной]. – М. : Флинта: Наука, 2003. – С. 396-397.
3. Космеда Т. А. Аксіологічні аспекти прагмалінгвістики: засоби вираження категорії оцінки в українській та російській мовах: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра філол. наук: спец. 10.02.01 «Українська мова»; 10.02.02 «Російська мова» / Т. А. Космеда. – Харків, 2001. – 32 с.

4. Кудрявцева Л. О. Сучасні аспекти дослідження мас-медійного дискурсу: експресія – вплив – маніпуляція / Л. О. Кудрявцева, Л. П. Дядечко, О. М. Дорофєєва, І. О. Філатенко, Г. А. Черненко // Мовознавство. – 2005. – № 1. – С. 58-66.
5. Лавренчук Т. П. Стилiстичнi особливостi публiцистичного стилю / Т. П. Лавренчук // Сучаснi напрями досліджень міжкультурної комунікації та методики викладання іноземних мов: [зб. наук. пр.]. – 2011. – С. 180-182.
6. Метафора в языкe и текстe / [под ред. В. Н. Телия]. – М. : Наука, 1988. – 176 с.
7. Нагель В. В. Оцінні найменування осіб в українській мові кінця ХХ – початку ХХІ століття: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10. 02. 01. «Українська мова» / В. В. Нагель. – Дніпропетровськ, 2008. – 20 с.
8. Онищенко І. В. Категорія оцінки та засоби її вираження в публіцистичних та інформаційних текстах: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.01. «Українська мова» / І. В. Онищенко. – Дніпропетровськ, 2005. – 20 с.
9. Солганик Г. Я. Лексика газети (функциональный аспект): [учебное пособие для вузов по спец. «Журналистика»] / Г. Я. Солганик. – М. : Высш. школа, 1981. – 112 с.
10. Солганик Г. Я. Общие особенности языка газеты / Г. Я. Солганик // Язык и стиль средств массовой информации и пропаганды. Печать. Радио. Телевидение. Документальное кино / [под ред. Д. Э. Розенталя]. – М. : Изд-во МГУ, 1980. – С. 5-23.

Канова Л. П.,

Житомирський військовий інститут ім. С. П. Корольова Національного авіаційного університету, м. Житомир

## ПРОФЕСІЙНА ІНШОМОВНА ПІДГОТОВКА ВІЙСЬКОВОСЛУЖБОВЦІВ ДО МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

*У статті розглянуто проблему професійної іншомовної підготовки майбутніх офіцерів до міжкультурної комунікації у вищих військових навчальних закладах, визначено поняття «міжкультурна компетенція», запропоновано шляхи підвищення професійної готовності військовослужбовця до спілкування на міжнародному рівні.*

**Ключові слова:** професійна іншомовна підготовка, міжкультурна комунікація, професійна готовність.

*В статье рассматривается проблема профессиональной иноязычной подготовки будущих офицеров к межкультурной коммуникации в высших военных учебных заведениях, определено понятие «межкультурная компетенция», предложены способы повышения профессиональной готовности военнослужащего к общению на международном уровне.*

**Ключевые слова:** профессиональная иноязычная подготовка, межкультурная коммуникация, профессиональная готовность.

*The article deals with the problem of professional foreign language training of future officers to cross-cultural communication in higher military educational institutions. It also determines the notion of «intercultural competence» and suggests the ways of improving professional military readiness for communication on international level.*

**Key words:** professional foreign language training, intercultural communication, professional readiness.

Професійна іншомовна підготовка військовослужбовців вищого військового навчального закладу до міжкультурної комунікації в різноманітних ситуаціях – складний та багатоплановий процес. Він обумовлений об'єктивними процесами, які відбуваються в суспільстві та у військовій справі: науково-технічний прогрес, удосконалення бойової техніки та зброї, розвиток теорії та практики військової справи.

Звернемо увагу, що процеси інтеграції світового співтовариства, зокрема у галузі військових відносин, призводять до змін у кваліфікаційних вимогах, що висуваються до фахових характеристик майбутнього офіцера. За цих умов особливого значення набувають такі якості випускника вищого військового навчального закладу, як мобільність, креативність, високий професіоналізм, здатність до налагодження ділових контактів з іноземними партнерами у процесі професійної діяльності в іншомовному середовищі.

Професійна іншомовна підготовка військовослужбовців до міжкультурної комунікації неможлива без вивчення іноземної мови, яка є однією з умов професійного та загальнокультурного формування сучасного офіцера Збройних Сил України. Адже іноземна мова сприяє підвищенню рівня гуманітарної підготовки та загальної ерудиції фахівців, активізує їх інтелектуальний потенціал.

Питанням інтеграції компонентів культури у процесі навчання іноземної мови присвячені роботи Н. Ф. Бориско, І. А. Закір'янової, В. О. Калініна, Ю. І. Пасова, В. В. Сафонової, О. Б. Тарнопольського, Н. С. Щерби, М. Flower, G. H. Hughes, M. Meyer, L. Sercu, A. R. Wright та інших.

Для того, щоб майбутній офіцер міг брати участь у діалозі культур із представниками Збройних Сил інших країн, він повинен володіти міжкультурною компетенцією, яка дозволить йому нарівні висловлювати свою думку, захищати власну точку зору, стверджувати або заперечувати думку інших, погоджуватися або не погоджуватися з нею у певній комунікативній ситуації. Звідси випливає проблема професійної іншомовної підготовки майбутніх офіцерів.

Мета нашої статті – розкрити проблему професійної іншомовної підготовки майбутніх офіцерів до міжкультурної комунікації, запропонувати шляхи її розв'язання та визначити умови успішного навчання іноземної мови у вищому військовому навчальному закладі.

Потреба в ефективній комунікації особливо гостро постала під час проведення операцій з підтримання миру, де мовне непорозуміння може викликати помилки, які у найгіршому випадку можуть призвести до жертв [7, с. 1].

Крім цього, багато українських військовослужбовців не знають правил поведінки миротворця, особливостей культури народів, де проходять миротворчі операції, тощо.

Проблеми виникають не лише під час спілкування, вирішення певних проблем з місцевим населенням, але й у міжособистісній взаємодії.

Специфіка професійної діяльності військовослужбовців вимагає від них готовності до ефективної міжособистісної взаємодії з підлеглими, товаришами по службі, а також громадянами у щоденному житті та екстремальних ситуаціях. Це висуває особливі вимоги до формування комунікативної компетентності майбутнього офіцера, тобто, не лише до поліпшення змісту і методики його професійної підготовки, але й до розвитку його духовної культури [3, с. 5].

Тому наступна проблема, яка виникає при підготовці миротворчого контингенту – мовна культура особистості, яка залежить від мовної свідомості, що визначається мовленнєвими здібностями та проявляється через комунікативні мовленнєві вміння [8, с. 3].

Курсант, який вивчає іноземну мову і культуру, стає плюрилінгвальним та розвиває свою інтеркультуру, яка забезпечує можливість діяти, застосовуючи специфічні лінгвістичні засоби.

На сучасному етапі в світовій педагогіці досить актуальною є концепція полікультурної освіти, яка базується, перш за все, на визнанні полікультурності суспільства, що має різні, але взаємозалежні культурні традиції, що асоціюються з різними етнічними компонентами цього суспільства.

Визнання суспільства полікультурним вимагає переосмислення уявлень про культурну цілісність суспільства, яка передбачає відмову від спроб інтегрувати різноманітні етнічні групи, оскільки інтеграція передбачає домінування «більш сильної» культури [5, с. 7].

Ця думка є актуальною при проведенні миротворчих операцій, оскільки необхідно враховувати:

- соціокультурне оточення (етнічний та конфесійний склад населення);
- етнічні та соціально-економічні особливості регіону (причини проживання етносів, головні форми їх сільськогосподарської діяльності);
- особливості соціокультурної ситуації в регіоні, країні, світі (процеси зближення країн, етнічних та конфесійних груп, розвиток конфліктів та їх причини та ін.) [7, с. 2].

Іноземна мова як навчальний предмет стає інструментом полікультурного розвитку особистості, яка навчається та сприяє усвідомленню себе як культурно-історичного суб'єкту.

Культура в освіті виступає як її змістова складова, джерело знань про природу, суспільство, способи діяльності, емоційно-вольового та ціннісного відношення людини до оточуючих праць, спілкування та ін. [1, с. 74].

Поняття культури (від лат. cultura – оброблення, вирощування, у педагогічному контексті – освіта, навчання, виховання) охоплює сукупність практичних, матеріальних і духовних надбань суспільства, які відображають його історично досягнутий рівень розвитку і втілюються в результатах продуктивної діяльності людини, зокрема системі освіти, мистецьку творчість, а також установи й організації, які забезпечують їхнє функціонування (школи, заклади вищої освіти, музеї, тощо). Водночас під культурою розуміють рівень освіченості, вихованості окремої людини, а також якісний рівень оволодіння якоюсь галуззю знань або діяльності [2, с. 26].

Іншомовна культура є одним з видів освіти. Вона повинна визначати зміст навчання ІМ (іноземної мови) у ВВНЗ. Дана культура повинна включати три процесуальні аспекти освіти: пізнання та навчання; розвиток, виховання.

Пізнання та навчання спрямовані на оволодіння змістом іншомовної культури, головними компонентами якої виступають вміння та навички. Дані компоненти реалізують себе під час навчання ІМ.

При інтегрованому підході у формуванні готовності курсантів до міжкультурної комунікації разом з ІМ використовуються психолого-педагогічні військові дисципліни які взаємозв'язані з ІМ в тому чи іншому аспекті. Всі разом дисципліни будуть сприяти розвитку міжкультурної комунікативної компетенції – суми знань та вмінь, які необхідні для спілкування на міжкультурному рівні. Володіння даною компетенцією допоможе подолати бар'єри комунікації та уникнути «культурного шоку», який виникає при незнанні звичаїв, традицій, культурного життя країни в якій перебуває індивід. Міжкультурна комунікаційна компетенція включає в себе міжкультурну комунікацію, яка є невід'ємним елементом даної компетенції, і, при оволодінні якою людина спілкується не лише понад мовні кордони, але й розвиває свою інтеркультуру та стає здатна до міжнародної мобільності [4, с. 74].

Завдання інтеграції нашої освіти в світову цивілізацію можна реалізувати завдяки розвитку творчого потенціалу особистості без нехтування інтересів, потреб, мотивів, намірів, цілей тих, хто виховується і навчається.

Формування готовності курсантів ВВНЗ до міжкультурної комунікації є актуальним, і саме процеси інтеграції в Європу, вимоги Ради Європи роблять його таким.

Досягнення цілі повинно здійснюватись під час навчання ІМ інтегровано з іншими психолого-педагогічними військовими дисциплінами при формуванні міжкультурної компетенції, складовою частиною якої є міжкультурна комунікація.

Потрібно створити не тільки умови, які б формували готовність до міжкультурної комунікації, але й такі, які б сприяли гуманістичному вихованню. До них відносяться:

- відмова від уніфікованих моделей навчання, ігноруючих особистісні характеристики того, хто навчається;
- гнучкість побудови навчального процесу, варіативність його компонентів, зумовлених природою мотиваційно-спонукальної сфери курсанта ВВНЗ;
- відповідність змістової сторони процесу мотиваційним орієнтаціям суб'єктів навчання;
- мотиваційна забезпеченість навчального процесу;
- пристосування конкретних навчальних дій до певного суб'єкту навчання [6, с. 103].

Гуманізм у навчанні – це передусім побудова стосунків на принципах глибокої взаємоповаги, рівноправного партнерства викладача та курсанта, курсантів ВВНЗ між собою і створення сприятливого морально-психологічного клімату в колективі.

Для досягнення вищезазваної цілі у навчальному процесі ВВНЗ потрібні викладачі-гуманісти, які мають виступати проти знецінення універсальних загальнолюдських цінностей, за зближення і співіснування народів і культур, за діалог між ними, проти авторитаризму і деструктивності в процесі навчання і виховання, за культурний плюралізм, толерантність, за розвиток різних видів мислення у суб'єкта навчання, поважати його особистісне право на відмінність.

При інтегрованому підході ІМ з іншими психолого-педагогічними військовими науками іншомовна культура стає змістом іншомовної освіти.

Отже, нами визначено проблеми професійної іншомовної підготовки до міжкультурної комунікації, розглянуто міжкультурну компетенцію як необхідну складову спілкування на міжкультурному рівні, визначено умови успішного навчання іноземної мови у вищому військовому навчальному закладі враховуючи особливості полікультурної освіти.

#### Література:

1. Занинова Л. В., Меньшикова Н. П. Основы пед. Мастерства / Л. В. Занинова // Серия «Учебники, учебные пособия». – Ростов н/Д : Феникс, 2003. – 288 с.

2. Зязюн І. А. Неперервна професійна освіта: проблеми, пошуки, перспективи: [монографія] / І. А. Зязюн. – К. : Віпол, 2000. – 636 с.
3. Капітанець С. В. Педагогічні умови стилю професійного спілкування у майбутніх офіцерів-прикордонників: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук: 13.00.04 «Теорія і методика професійної освіти» / С. В. Капітанець. – Хмельницький, 2001. – 20 с.
4. Канова Л. П. Інтегрований підхід у формуванні готовності курсантів вищого військового навчального закладу до спілкування на міжкультурному рівні / Л. П. Канова // Актуальні проблеми професійно-педагогічної освіти та стратегії розвитку: [зб. наук. праць]. – Житомир : ЖДУ, 2006. – С. 73-75.
5. Ковальчук О. С. Полікультурний підхід у сучасній шкільній освіті Росії: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук: 13.00.04 «Теорія і методика професійної освіти» / О. С. Ковальчук. – К., 2004. – 21 с.
6. Левченко Т. І. Розвиток освіти та особистості в різних педагогічних системах / Т. І. Левченко. – Вінниця : Нова Книга, 2002. – 512 с.
7. Матеріали НАТО / Режим доступу: [http:// www.nato.int/docu/review/2005/issue](http://www.nato.int/docu/review/2005/issue).
8. Шумовецька С. П. Формування мовної культури особистості у військовому вузі: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук: 13.00.04 «Теорія і методика професійної освіти» / С. П. Шумовецька. – Хмельницький, 1999. – 20 с.



**Кишко С. М.,**

Донбаський державний педагогічний університет, Горлівський інститут іноземних мов

## ДО ПРОБЛЕМИ КОМУНІКАТИВНОЇ ІНТЕНЦІЇ

*У статті розглядається проблема комунікативної інтенції стримування, яка складає змістову основу комунікативно-прагматичної категорії модерації. Іллокутивним показником реалізації мовцем зазначеної інтенції виступають мовні та дискурсивні одиниці – модератори, наявність яких в модусі модерowanego висловлення може бути об'єктивним критерієм ідентифікації комунікативної інтенції стримування.*

**Ключові слова:** комунікативна інтенція стримування, комунікативно-прагматична категорія модерації, модерowane висловлення, модератор.

*В статье рассматривается проблема коммуникативной интенции сдерживания, которая составляет содержательную основу коммуникативно-прагматической категории модерации. Иллокутивным показателем реализации говорящим указанной интенции являются языковые и дискурсивные единицы – модераторы. Наличие модератора в модусе модерowanego высказывания может быть объективным критерием идентификации рассматриваемой интенции.*

**Ключевые слова:** коммуникативная интенция сдерживания, коммуникативно-прагматическая категория модерации, модерowanego высказывание, модератор.

*The article focuses on the problem of communicative intention of reserve that makes up the content side of the communicative-pragmatic category of moderation. The former is manifested by language and discourse elements – moderators which function as illocutionary signals of realizing the speaker's intention. The moderator's presence in the modus of the moderated utterance can be regarded an objective criterion for identifying the communicative intention of reserve.*

**Key words:** communicative intention of reserve, communicative-pragmatic category of moderation, moderated utterance, moderator.

**Актуальність** цієї статті обумовлена загальною спрямованістю сучасної лінгвопрагматики на комплексний підхід до розкриття ролі комунікативної інтенції в механізмах продукування висловлення, а також недостатньою розробкою питання комунікативної інтенції в ракурсі понятійного апарату сучасних прагматичних теорій та в ракурсі її мовленнєвої реалізації в дискурсі.

На сучасному етапі розвитку прагмалінгвістики найбільш дослідженими є інтенції мовця, критерієм визначення яких виступають елементи локутивного аспекту висловлення – це насамперед дієслова мовленнєвих дій (обіцяти, погрожувати, схвалювати, просити, наказувати і т. і.), які, поряд з обозначенням мовленнєвого акту називають інтенцію мовця. У сучасній лінгвістиці у такому контексті описано багато типів інтенцій [3; 6; 8]. Але незважаючи на численність праць поза увагою науковців залишається аналіз комунікативної інтенції, яка вербалізована переважно через взаємодію модусних компонентів висловлення, що відображають інтенційний стан мовця.

**Об'єктом** аналізу цієї статті є комунікативна інтенція стримування, а її **предметом** вибрана природа даного об'єкту на прикладі модерowanego висловлення. Безпосередня **мета** роботи визначається як уточнення методики аналізу та встановлення об'єктивних критеріїв, за якими можна було б виявити цю інтенцію мовця.

У науковій літературі існує велика кількість тлумачень поняття «інтенція» (лат. *intentio* «прагнення, намір»), яке пояснюється в словниках як «намір зробити що-небудь, бажання, задум» [1]. Проте на відміну від «бажання», яке є прагненням до здійснення чого-небудь, «задум» тлумачиться як задуманий план дій, тому є доцільним пов'язувати інтенцію, перш за все, із задумом. Такої думки дотримується Н. І. Формановська, яка вважає, що інтенція – комунікативний намір – може з'явитися як задум будувати мову в інформативному або фатичному ключі, в офіційно-діловому, розмовному або іншому стилі, в монологічній або діалогічній формі, усно або письмово, в тій або іншій стратегії і тактиці [11]. Проте, на думку О. Г. Почепцова, інтенція трактується як «різновид бажання, яке сформувалося на основі певної мети і мотивів мовця, і для реалізації якого носій комунікативного наміру робить певні кроки, використовуючи оптимальні мовні засоби» [9].

У лінгвопрагматиці сформувалися «вузкий» та «широкий» напрями аналізу комунікативної інтенції. У вузькому розумінні інтенція співвідноситься з поняттям іллокутивного акту і розглядається у зв'язку з комунікативною структурою висловлення, перш за все, з його іллокутивною силою. За таким підходом інтенція корелює з комунікативною функцією висловлення, тобто отожднюється з його метою, наприклад, повідомити що-небудь, довідатися про що-небудь, спонукати до чого-небудь і т. і., і відіграє провідну роль в експлікації поняття «значення / смисл» [9].

Широке розуміння інтенції базується на теорії суб'єктивного значення Г. П. Грайса, сутність якого полягає у зсуві значення з об'єктивної реальності, де воно базується на референції й істинності, у свідомість мовця [13]. Г. П. Грайс враховує при цьому дві характеристики мовленнєвого акту: пропозиційний та іллокутивний смисли (*the content and the illocutionary force of the speech act*), з одного боку, і комунікативне донесення смислу мовленнєвого акту до слухача, з іншого. Такий підхід характерний й для сучасних лінгвістів, які аналізують комунікативну інтенцію у контексті комплексного аналізу висловлення: локутивний аспект висловлення – перший рівень аналізу, іллокутивний аспект – другий рівень та перлокутивний аспект – третій [2]. На думку Л. Р. Безуглої, інтенція як спрямованість людської свідомості на об'єкти й стан справ зовнішнього світу може виявлятися подвійно: як репрезентаційна інтенція – спрямованість свідомості мовця на певний об'єкт (пропозиційна настанова) і як комунікативна інтенція – намір мовця донести до адресата свою репрезентаційну інтенцію й викликати в нього певну реакцію [2, с. 101]. Таким чином, комунікативна інтенція в широкому розумінні передбачає наявність у комуніканта іллокутивної та перлокутивної мети поряд з пропозиційною настановою, що, власне, і зумовлює формування смислу мовленнєвого акту.

Пропоноване дослідження комунікативної інтенції стримування ґрунтується на широкому розумінні поняття інтенції як інгерентного складника інтенційності і може бути потрактована як намір мовця модерувати (від англ. moderate – to avoid extremes – уникати категоричності) смисл своїх висловлювань, детермінована соціокультурними нормами й правилами, що регулюють мовленнєву поведінку англомовної особистості, насамперед, принципом ввічливості [4;10;12]. В ракурсі понятійного апарату поняття інтенції стримування зближується, але не отожднюється, з способом комунікації. У такому сенсі комунікативна інтенція стримування формується як стратегічний задум прояву стриманості, помірності, уникання категоричності під час висловлювання своєї думки, оцінки, тощо.

В ракурсі мовленнєвої реалізації комунікативна інтенція стримування складає змістову основу комунікативно-прагматичної категорії модерації (від англ. moderation – an avoidance of extremes – уникання екстремальності в мовленнєвому спілкуванні) як категорії дискурсу [4]. Інтенція стримування є складником комунікативної свідомості англомовної особистості та відображає один з важливих культурно-симптоматичних аспектів мовленнєво-мисленнєвої діяльності представників англомовних культур [7].

Результати нашого дослідження доводять, що комунікативно-прагматична категорія модерації знаходить своє вербальне вираження в мовленні англомовної особистості у вигляді п'яти прагматичних варіантів:

1) мітигації: *I'm sort of a slob in my personal life* (Baldacci, p. 133); 2) стратегічної невпевненості: – *I think he died the night he came to your house. – How? – Probably the way you suggested to Nick Bagley ... he lost his bearings in the dark and fell* (Walters, p. 468); 3) недомовленості: *Why honey, you look like you ain't feeling too good* (Cornwell, p. 307); 4) апроксимації: – *If this story goes south she, and I, and Dan Semple to some extent, will take the flak.* (Deaver, p. 194); 5) девальвації: *I think it's a great idea* (Perry, p. 129).

Зазначені варіанти характеризуються однією спільною рисою: для них характерна комунікативна інтенція стримування з боку мовця, який вважає за необхідне надати своєму висловленню такі ознаки, як некатегоричність, неімпозитивність (зведення можливого негативного впливу до мінімуму) та опосередкованість. Іллюстративним показником реалізації мовцем зазначеної інтенції виступають мовні та дискурсивні одиниці, названі модераторами, які входять до модусу модерованого висловлення: *a bit/ a little, in a way, more or less, sort of/ kind of, practically, I'm not sure, I'm afraid, if you ask me* і т. і. [4].

З огляду на той факт, що вербальні одиниці здатні передавати інформацію про інтенційний стан свідомості мовця [5], наявність модератора у модусі висловлення може бути об'єктивним критерієм ідентифікації комунікативної інтенції стримування. Розглянемо наступне модероване висловлення: *But Piper's like ultimately my boss* (Deaver, p. 18). Локутивний аспект висловлення представлений предикатно-актантною рамкою, яка складає диктум висловлення: to be: Piper – ultimately – my boss, що безпосередньо й формує його істиннісне значення. Інтенція мовця спрямована на конкретний об'єкт, а саме – Пайпер (репрезентаційна інтенція). Референтний аспект, представлений комбінацією компонентів диктуму (to be: Piper – ultimately – my boss) та модусу (модератор like), співвідносить уявлення мовця зі значенням компонента висловлення *my boss*. В акті референції мовець переслідує комунікативну інтенцію ствердження зазначеного стану справ у дійсності у помірний (модерований) спосіб, про що свідчить наявність модератора *like*. Останній, модифікуючи денотативний аспект висловлення, впливає на його істиннісне значення, у результаті чого висловлення набуває значення неточності/точності певною мірою, приблизності, градуальності тощо.

Таким чином, на відміну від так би мовити «традиційних» інтенцій комунікативна інтенція стримування вербалізується через взаємодію модусних компонентів модерованого висловлення. Відображаючи інтенційний стан мовця, модератори є об'єктивним критерієм ідентифікації розглядуваної інтенції.

### Література:

1. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов / О. С. Ахманова – М. : Ком. Книга, 2007. – 576 с.
2. Безугла Л. Р. Вербалізація імпліцитних смислів у німецькомовному діалогічному дискурсі / Л. Р. Безугла – Харків : ХНУ, 2007. – 332 с.
3. Буренко Т. М. Когнітивно-прагматичні характеристики мовленнєвого акту вибачення в англомовному дискурсі XVI-XXI ст.: автореф. дис. канд. філол. наук: 10.02.04. / Т. М. Буренко – Харків, 2008. – 20 с.
4. Кишко С. М. : Комунікативний феномен модерації в сучасному англомовному художньому дискурсі: дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. / Кишко С. М. – Донецьк, 2011. – 204 с.
5. Кобозева И. М. Интенциональный и когнитивный аспекты содержания высказывания: дис д-ра филол. наук: 10.02.19 / И. М. Кобозева – М., 2003.
6. Клочко Л. И. Похвала в ряду родственных речевых актов в английском языке / Л. И. Клочко // Вестник Харк. Нац. Ун-та. – 2001. – № 537. – С. 51.
7. Ларина Т. В. Вежливость как предмет лингвистического изучения / Т. В. Ларина // Коммуникативное поведение. – Вып. 17. / Науч. ред. И. А. Стернин. – Воронеж : Истоки, 2003. – С. 10-22.
8. Наумук О. В. Когнітивні та прагматичні характеристики порад у сучасній англійській мові: автореф. дис. канд. філол. наук: 10.02.04. / О. В. Наумук – Донецьк, 2010. – 20 с.
9. Почепцов О. Г. Интенциональный анализ // Речевые акты в лингвистике и методике. – Пятигорск : ПГИИЯ, 1986. – С. 170-181.
10. Серль Дж. Природа интенциональных состояний / Дж. Серль // Философия, логика, язык – М. : Прогресс. 1987. – С. 96-127.
11. Формановская Н. И. Соотношение интенционального и пропозиционального компонентов в высказывании / Н. И. Формановская // Русский язык за рубежом, 1996. – № 1-2-3. – С. 42-47.
12. Brown P. Politeness: some universals in language usage / P. Brown, S. Levinson – Cambridge : Univ. Press, 1987. – 345 p.
13. Grice H. P. Logic and Conversation / P. Cole, J. Morgan (Ed.) // Syntax and Semantics. – Vol. 3. – New York, 1975. – P. 41-58.

**Климчук І. О.,**

*Тернопільський національний економічний університет, м. Тернопіль*

## ЕМОТИВНІСТЬ У РЕКЛАМНИХ ТЕКСТАХ

*У статті розглядається поняття емотивності та його взаємозв'язок з рекламним текстом.*

**Ключові слова:** емотивність, реклама, рекламний текст, модель споживацької поведінки.

*В статье рассматривается понятие эмотивности и его взаимосвязь с рекламным текстом.*

**Ключевые слова:** эмотивность, реклама, рекламный текст, модель потребительского поведения.

*The article deals with the concept of emotivity and its relationship to ad text.*

**Keywords:** emotivity, advertising, ad text, a model of consumer behavior.

Одне із ключових місць у сучасній теорії маркетингу займає реклама, яка є засобом, який спонукає споживачів купити певну послугу чи товар. «За концепцією структури маркетингу під назвою «чотири П», запровадженою Джеромом Маккарт (E. Jerome McCarthy) і розвинутою Філіппом Котлером (Philip Kotler), на яку спираються більшість викладачів маркетингу, структуру маркетингу поділяють на чотири частини, а саме: продукт, місце, ціну та стимулювання». Саме останнє і реалізується за допомогою реклами. Вона характеризується різноманітністю функцій, форм та цілей, серед яких можна виділити такі:

**функції** як 1) економічна (сприяння поширенню товарів), 2) інформаційна (поширення інформації про товар чи послугу, їхні властивості та місця продажу), 3) просвітительська (пояснення призначення нових товарів та послуг, пропаганда передового, нового), 4) соціальна (формування суспільної свідомості, комунікаційних зв'язків, підвищення якості життя) та 5) естетична (формування смаків);

**цілі** рекламування: 1) продукції, 2) торгової марки, 3) товаровиробника (чи виробника послуги), 4) реалізатора товарів чи послуг, 5) діяльності політичних партій і 6) діяльності суспільних організацій та товариств;

**форми:** 1) інформаційна (використовується при виході товару на ринок), 2) порівняльна (виділення товару з ряду подібних), 3) емоційна (закріплення за допомогою позитивних емоцій вибору покупця чи переконування у правильності вибору, формування іміджу і підвищення довіри до виробника), 4) підтверджувальна (нагадування споживачеві про хороший імідж товару та його місце на ринку).

Метою рекламної діяльності є привернути увагу, викликати інтерес і змусити споживача діяти певним чином. «Девід Бернстайн (David Bernstain) підкреслив необхідність безпосереднього впливу реклами своєю формулою «VIPS»: Visibility (Видимість), Identity (Особа), Promise (Обіцянка), Singlemindednes (Цілеспрямованість)».

Модель споживацької поведінки описується маркетинговим терміном AIDA (акронім від англ. Attention – увага, Interest – інтерес, Desire – бажання, і Action – дія). Усі чотири складових більшою чи меншою мірою пов'язані із емоційною складовою людської психіки, що наводить на думку про **значну роль емоцій** при прийнятті рішень. «Якщо людина не знаходить для себе нічого цікавого емоційно забарвленого, то у неї може не виникнути бажання зробити покупку». (Пер. авт.)

Реклама може поширюватися через такі засоби масової комунікації як щоденні газети, журнали, довідники (зокрема телефонні), поштові листи, рекламні буклети, різноманітні вивіски та оголошення, радіо і телебачення. Хоча всі вони мають різні можливості, цільову аудиторію, рекламодавців та різний вплив на кінцевого споживача рекламної продукції, свої недоліки і переваги, їх поєднує вживання мовних засобів для досягнення мети. В залежності від виду реклами (усна, друкована), засобів та способів поширення змінюється інтенсивність використання мови для досягнення потрібного ефекту.

Рекламне повідомлення зазвичай повинно бути коротким, цікавим, достовірним, зрозумілим і виділятися серед інших повідомлень. Іншою специфічною рисою рекламного тексту є те, що він не тільки інформує, але і формує відношення до рекламованого товару чи послуги.

Ядром особистості вважається індивідуально-цілісна система раціональних та суб'єктивно-ціннісних відношень до оточуючої дійсності, яка формується протягом життя. Але з точки зору мови особистість можна розглядати як комплексну систему знаків і багаторівневих взаємовідношень між ними. «Таким чином, мовна особистість – складне явище з багаторівневою організацією, що представляє собою сукупність соціальних, фізичних, психологічних емоційних, прагматичних і інших характеристик, виражених у мовленні».

Слід розрізняти емотивність і емоційність. Остання є «спонтанною, непередбачуваною властивістю мовлення, а емотивність, навпаки, – це передбачувана, усвідомлювана властивість мовлення, пов'язана з пошуком мовних засобів, які цілеспрямовано надають йому емоційності для впливу на адресата». Дещо відмінної думки притримується С. Шаховський, який частково ототожнює ці два терміни: «емотивний – те саме, що емоційний, але в мові, її одиницях і їхній семантиці. Емотивність – іманентно властива мові властивість виражати системою своїх засобів емоційність як факт психіки». Тобто він схиляється до розгляду емоційності як поняття психологічного, а емотивності як лінгвістичного.

Оцінка містить у собі не тільки емоцію, а також і елементи раціонального знання. Як зазначає Г. С. Мельник, «Поріг сприйняття підвищується, якщо відбувається співпадіння змісту інформації з досвідом, установками, стереотипами. Якщо немає часу на осмислення, людина діє гідно з попередніми уявленнями». (Пер. авт.) Така особливість поведінки людини наводить на думку про використання позитивних асоціацій, образів і символів у рекламному тексті, оскільки негатив слугуватиме відштовхуючим фактором при виборі продукту чи послуги.

Мова володіє великою кількістю засобів для кодування інформації за допомогою мовних знаків. Для вираження емотивності можна використовувати:

– лексичні засоби: слова з позитивними конотативними значеннями, наприклад: *смачний, запашний, духмяний та ін.*;

– морфологічні: зменшувально-пестливі суфікси, наприклад: *-чик, -чок – зайчик, їжачок, -ятко: звірятко, малятко*;

– словосполучення: фрази, що викликають позитивні асоціації: *райська насолода, неповторний смак*;

– синтаксичні: речення: *«Я на морі!»* (асоціація з відпочинком);

– текстуальні: вірші, зокрема «ефективною можна вважати рекламу зроблену у вигляді двовіршів. Вона не тільки добре запам'ятовується, але і викликає посмішку, приємні емоції: *«Нужен холодильник в доме – побывайте в Рубикоме», «Хочешь смеяться, хочешь верь – зверский кайф от водки «Зверь».* (Пер. авт.)

Проте навіть найвдаліший рекламний текст може виявитися недостатньо ефективним через те, що нав'язливість і надокучливість реклами зумовлена відсутністю у реципієнта потреби у надаваній інформації або, як випадку із телерекламою, вона перебиває / чинить перешкоди у здійсненні основного наміру реципієнта. Тому одним із найвдаліших варіантів розміщення реклами слід вважати глянцеві журнали (здебільшого така реклама кваліфікується як прихована). 1) Вони зорієнтовані на певні категорії населення / соціальні групи; 2) читач сам шукає певну інформацію; 3) до певного вибору схиляють «консультанти»: менеджери, психологи та «випадкові» користувачі своїми відгуками чи порадами.

Отже, емотивність як цілеспрямоване вираження особистісного та емоційного ставлення мовними засобами відіграє ключову роль у створенні та функціонуванні рекламного тексту. Використання можливостей мови для передачі емотивних значень дозволяє створити ефективний рекламний текст.

### Література:

1. Дженкінс Ф. Реклама: Практ. посіб.: Пер. з 4-го англ. вид. / Доповнення і редакція Д. Ядіна. – 2-ге укр. вид., випр. і доп. – К.: Знання, 2008. – 565 с. ISBN 978-966-346-459-6 (укр.) ISBN 0-273-63435-6 (англ.)
2. Емоційність та емотивність сучасного англомовного дискурсу: структурний, семантичний і прагматичний аспекти: Автореф. дис... канд. філол. наук: 10. 02. 04 [Електронний ресурс] / Я. В. Гнезділова; Київ. нац. лінгв. ун-т. – К., 2007. – 20 с. – укр.
3. Лебедев А. Н., Боковников А. К. Экспериментальная психология в российской рекламе. – М.: Издательский центр «Академия», 1995. – 144 с. ISBN 5-7695-0001-8
4. Пожидаева О. А. Про особистісний фактор в мові // Мовні і концептуальні картини світу. Випуск 34. – К.: Київський національний університет імені Тараса Шевченка. ВПЦ «Київський університет», 2011. – С. 135-141.
5. Потапенко С. І. Сучасний англомовний медіа-дискурс: лінгвокогнітивний і мотиваційний аспекти: Монографія. – Ніжин: Видавництво НДУ імені Миколи Гоголя, 2009. – 391 с. ISBN 978-966-731-70-6.
6. Реклама: внушение и манипуляция. Медиа-ориентированный подход. Учебное пособие для факультетов психологии, социологии, экономики и журналистики. – Самара: Издательский Дом «Бахрах-М», 2001. – 752 с. ISBN 5-89570-020-9
7. Шаховский В. И. Категоризация эмоций в лексико-семантической системе языка [Текст] / В. И. Шаховский. – М.: Издательство ЛКИ, 2008. – 208 с.

**Колесова А. О.,**  
Херсонський державний університет, м. Херсон

## АТРИБУТИВНИЙ ХУДОЖНИЙ ОБРАЗ КОХАНОЇ В АНГЛОМОВНИХ ПОЕТИЧНИХ ТЕКСТАХ XIX-XX СТОЛІТТЯ

*Стаття присвячена виявленню лексико-граматичних та гендерних особливостей атрибутивного художнього образу Коханої в англомовних поетичних текстах XIX-XX століття.*

**Ключові слова:** художній образ, гештальт-якість, гендер, атрибутивний образ, прикметник.

*В статье рассматриваются лексико-грамматические и гендерные особенности атрибутивного художественного образа Любимой в англоязычных поэтических текстах XIX-XX столетия.*

**Ключевые слова:** художественный образ, гештальт-качество, гендер, атрибутивное изображение, прилагательное.

*The article deals with revealing the lexical-grammatical and gender peculiarities of the attributive image of the Beloved in the English and American poetry of the XIX-XX centuries.*

**Key words:** image, gestalt-quality, gender, attributive image, the adjective.

Образність як домінуюча властивість поетичного твору завжди знаходилася у центрі уваги досліджень з етики художнього тексту [2; 7; 13; 14]. У когнітивній лінгвістиці [15; 18] та її відгалуженні – когнітивній поетиці [1; 16] – розроблена когнітивна теорія образності, де уточнено поняття художнього образу та видів і типів словесних образів як його складників, розкрито лінгвокогнітивні механізми їхнього формування й особливості функціонування в художніх текстах різних авторів і літературно-стильових напрямів [1], встановлено концептуальні особливості формування тропів та способів їх реалізації у художньому дискурсі [5].

Науковий доробок, присвячений вивченню саме словесного поетичного образу, зокрема його еволюції і типології [1], розкриттю специфіки поетичного синтаксису [11], дослідженню когнітивно-комунікативних особливостей тропейних засобів вираження словесних поетичних образів [10], поетиці символу та образу [4] засвідчує багатогранність словесного поетичного образу як лінгвокогнітивного конструкту, який інкорпорує передконцептуальну, концептуальну та вербальну іпостасі. Як результат і спосіб репрезентації художньої свідомості й видів поетичного мислення художній образ опредметнює важливі знання та уявлення про світ і віддзеркалює зміни в його осмисленні, зумовлені культурно-історичною епохою, менталітетом певного етносу, а також лінгвокультурними, соціокультурними і гендерними чинниками.

**Актуальність.** Дослідження відповідає загальному спрямуванню сучасних лінгвістичних студій з теорії образності на дослідження художнього образу в річищі когнітивної поетики, а також відзначається необхідністю вивчення різних аспектів художнього образу, виявлення лексико-граматичних засобів вербалізації його гендерної складової, що забезпечує цілісне, голографічне висвітлення художнього образу Коханої в англомовних поетичних текстах XIX-XX століття.

**Мета дослідження** – виявити і схарактеризувати лексико-граматичні та гендерні особливості реалізації атрибутивного художнього образу Коханої в англомовній поезії.

**Об'єктом дослідження** є художній образ Коханої в англомовних поетичних текстах XIX-XX століття. Предмет вивчення становлять лексико-граматичні і гендерні особливості формування художнього образу Коханої.

Гештальтний образ Коханої розуміємо як цілісне, укорінене в мовній свідомості людини знання про риси, ознаки, властивості, притаманні Коханій. Гештальтний за своєю сутністю образ Коханої об'єктивується в поетичному мовленні через одну або декілька своїх ознак. Іншими словами, гештальт цілого задається гештальт-якостями, що актуалізуються у мовленні через різні лексико-граматичні одиниці.

У поетичному тексті словесний поетичний образ активізує в читача образ Коханої, завдяки втіленню в ньому тієї чи іншої риси, ознаки Коханої. Ознака, характеристика або властивість, передається в словесному поетичному образі різними частинами мови: прикметником, дієсловом, іменником.

Гештальтний підхід якнайкраще задовольняє тлумаченню художнього образу як лінгвокогнітивного конструкту, розпорошеного в лінгвальних одиницях, які втілюють його у тексті художнього твору й за аналізом яких його можна реконструювати як єдине ціле [9].

Нами здійснена комплексний аналіз типів художніх образів, які ми класифікуємо на атрибутивні, акціональні та субстантивні. В основу такого поділу покладено виділення гештальт-центру художнього образу, представленого на концептуальному рівні когнітивною категорією (ознаковість, процесуальність, предметність), що об'єктивується в мовленні відповідною частиною мови і спрямована на актуалізацію абстрагованої характеристики (прикметник), способу буття об'єкта в часі та просторі (дієслово) або його символічного змісту (іменник).

Гештальт-центром для атрибутивного типу художнього образу виступає прикметник. У руслі когнітивних досліджень прикметника особливо ваги набуває питання про те, як прикметники сприяють відтворенню, репрезентації в мовленні знання людини про світ, як аналізована частина мови пов'язана з лінгвокреативною діяльністю людини, як певний фрагмент дійсності, певні знання про фрагмент поетичної картини світу відображається в мовленні.

Особливістю номінативного характеру ад'єктивної лексики є її ономазіологічна природа. Насамперед, прикметники називають якості, властивості, ознаки та атрибути, властиві предметам і явищам реального світу та становлять досить своєрідну й дуже важливу для людини та її пізнавальної діяльності категорію – категорію якості [12].

Виокремлення якісних характеристик та ознак речей, на відміну від їх загального, цілісного сприйняття, означає новий важливий етап у практичній і пізнавальній діяльності людини [12, с. 10]. Перехід від предметно-чуттєвого, наочно-образного мислення до мислення понятійного став можливим завдяки переходу від цілісного сприйняття до формування абстрактних понять окремо про предмети і окремо про якості цих предметів.

Необхідність номінувати властивості, якості певних речей (на відміну від номінації самих предметів), зумовила становлення особливого шару лексики, призначенням якого є фіксування, закріплення певних результатів пізнавальної діяльності людини [там само, с. 11]. Об'єкт, що підлягає концептуалізації та категоризації, може виступати конгломератом якостей. Прикметник виражає окрему усвідомлену ознаку, певною мірою абстраговану від свого носія, але стабільну та сталу.

Атрибутивний художній образ побудовано метафоричними та метонімічними словесними образами, в яких об'єктивація набуває осмислення зовнішності Коханої та її характеру/емоцій. Семантичний аналіз та етимологічні розвідки з реконструкції внутрішньої форми прикметників (за О. О. Потебнею найближче етимологічне значення слова, його історичний етимон), які виступають гештальт-центром для атрибутивного художнього образу, дозволили з'ясувати мовні чинники їх вживання та виявити гендерну специфіку художнього образу Коханої.

Так, у поетичних текстах XIX століття численну групу складають прикметники *beautiful* (423 слововживання), *fair* (356 слововживань), *sweet* (298 слововживань), через які об'єктивується певне стереотипне бачення ідеальної коханої жінки, зумовлене культурно-історичною епохою та пануючими ідеалами вроди та душевної чистоти. Прикметник *beautiful* походить від іменника *beauty*, основу якого становить корінь – *beau*, запозичений в англійську мову з латинського *bellus*, «приємна, красива, чарівна», жін. форма *bella*, від якого походить французьке *belle* – вродлива, гарна жінка (Etymological dictionary of modern English). *Bella donna* називали привабливих жінок. Таку саму номінацію отримала рослина *bella donna*, що має дурманний ефект, оскільки їй притаманна властивість запаморочувати розум, думки, спричиняти сильний емоційний підйом. Екстралінгвальні знання про лексему *beautiful* дозволяють з'ясувати позамовні чинники її вживання у поетичних текстах при зображенні зовнішності Коханої.

Так, прикметник *beautiful* актуалізує загальне бачення вроди Коханої: «*That I love a beautiful lady*» (Kilmer BV); «*My beautiful Annabel Lee*» (Poe AL); «*Beautiful dreamer, wake unto me*» (Foster BD); «*I met a lady in the meads full beautiful, a faery's child*» (Keats BDSM); «*An angel beautiful and bright*» (Coleridge LV); «*Ami she was beautiful*» (Blunt, с. 378); «*But I know she is beautiful forever, and lives In a beautiful house, far away*» (Warren TL).

Внутрішня форма прикметника *fair* свідчить про генерування у ньому двох компонентів значень. Перший компонент пов'язаний із запозиченим в англійську мову скандинавським *fagr*, що означає «стрункий, у добрій фізичній формі, приємний очам», і, у свою чергу, запозичений із санскритського *pajras* «стрункий, сильний», в основі якого лежить спільний індоєвропейський корінь *pak* «міцний». На початку XIV століття прикметник *fair* вживався на позначення чистої, з незаплямованою душею людини, а згодом, у XV столітті, «*fair*» називали легку, струнку, тендітну фігуру та світле, чисте обличчя. Спільною семою для таких одиниць постає «легкий, чистий». Етимологічний аналіз прикметника *fair* дозволяє усвідомити його сигніфікативне значення, що інкорпорує уявлення про легкість та стрункість статури Коханої у поєднанні з її внутрішньою чистотою.

Прикметник *fair* залучається для зображенні зовнішності та внутрішньої сутності Коханої, її чарівності: «*How sweet and fair she seems to be*» (Waller GR); «*As fair art thou, my bonnie lass*» (Burns RR); «*Pillow'd upon my fair love's ripening breast*» (Keats BS); «*Can I prize thee, fair maid*» (Keats ED); «*That moment she was mine, mine, fair, perfectly pure and good*» (Browning R. PL); «*You are as fair and sweet and tender*» (Field VW);

Лексична одиниця *sweet* належить до лексико-семантичної групи сенсорних прикметників на позначення смаку. За визначенням тлумачного словника прикметник *sweet* означає «*having the pleasant taste characteristic of sugar or honey*» (Oxford dictionary). Зазначена номінативна одиниця вживається на позначення зовнішності та характеру Коханої. У такий спосіб імплікується захоплення об'єктом кохання, бажання виокремити кожну рису та елемент зовнішності.

Так, відчуття із модальності смакових рецепторів (*sweet*) проєктуються на слухові (*song, breath, sound*) в таких словесних поетичних образах: «*Her smiles have vanished and her sweet songs flown*» (Foster IDOJ); «*But the notes were not sweet till you sung them*» (Shelley TJ); «*Gay is life, and sweet is breath*» (Bridges MDYD); «*The sweet hush after a sweet sound*» (Brook RS).

Суть метафоричного переносу в такому випадку здійснюється крізь призму прямого значення слова *sweet* (солідкий) й тих відчуттів, які він викликає саме за допомогою смакових рецепторів (відчуття приємного смаку), тут задіяні схожість емоційних реакцій, які виникають через відчуття (солідкі відчуття викликають приємні емоції) [3, с. 11].

Естетична насолода прекрасною зовнішністю, обличчям, посмішкою Коханої концептуалізується в термінах смакового концепту. Позитивні емоції, викликані зовнішнім виглядом Коханої, осмислюються як солідкі: «*I know a sweet suburban girl*» (Beadle SG); «*How sweet and fair she seems to be*» (Waller GR); «*I never saw so sweet a face*» (Clare FL); «*How sweet you were to me and ah, how kind*» (Blunt, с. 155).

Натомість, у XX столітті зовнішність Коханої актуалізується через прикметники *blonde, cute, young*, що свідчить про зміну ідеалів щодо Коханої та її стереотипізоване бачення, навіяне шаблонами сучасної краси (наприклад, еталон вроди Мерелін Монро), до прикладу: «*Your hair was blonde and you were cute*» (K. Koch), «*Love shall be blonder, slimmer, younger*» (W.D. Snodgrass).

У поетичних текстах характер Коханої репрезентовано як мінливий: «*I found April in my arms.../...Gracious, cruel, tender, rowdy /Ever changing, ever true – I love April, I love you*» (O. Nash). Етимологічні розвідки засвідчують, що назва весняного місяця *April* за своєю внутрішньою будовою походить від грецького *Aphrō*, що є пест-

ливим ім'ям грецької богині Афродіти (Etymological dictionary of modern English). Через словесний символ April активується міфологема Афродіта, імплікативними смислами якої є кохання та краса Коханої. Квітнева пора, як відомо, є досить непостійною, вона змінюється від дощухи, проливної дощу до сонячної та безхмарної погоди, і навпаки. Когнітивною основою словесного поетичного образу є концептуальна амальгама (Л. І. Белехова, Н. В. Воробей), тобто співіснування смислів міфологеми з імплікативними ознаками мінливості весни (вродлива Кохана з мінливим характером).

Атрибутивний художній образ Коханої побудовано словесними поетичними образами, гештальт-центром котрих виступають метафоричні та метонімічні епітети, виражені прикметниками, у семантиці яких опредметнено знання про ідеальну кохану жінку/чоловіка.

Подальшою перспективою роботи може бути дослідження художнього образу Коханої в американській і британській поезії у зіставному аспекті. Розроблена класифікація типів художніх образів сприятиме вивченню ідіостилу окремого поета. Перспективним убачається виявлення ролі частин мови у створенні інших художніх образів, а також у лексико-граматичному оформленні словесних поетичних образів.

### Література:

1. Белехова Л. І. Образний простір американської поезії: лінгвокогнітивний аспект : дис. на здобуття наук. ступеня доктора філол. наук : 10.02.04 «Германські мови» / Лариса Іванівна Белехова. – К., 2002. – 476 с.
2. Виноградов В. В. Стилистика. Теория поэтической речи. Поэтика / В. В. Виноградов. – М. : Изд-во Академии наук СССР, ОЛЯ, 1963. – 256 с.
3. Воробьёва О. П. Лингвистические аспекты адресованности художественного текста : дис. ... доктора филол. наук : 10.02.19 / Воробьёва Ольга Петровна. – М., 1993. – 382 с.
4. Горчак Т. Ю. Словесный образ-символ в американской поэзии XX столетия: когнитивно-семіотичний аспект: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови» / Тетяна Юріївна Горчак. – Київ, 2008. – 20 с.
5. Изотова Н. П. Текстовый концепт ШЛЯХ ДО СЛАВИ в англоязычных биографических романах XX столетия: семантико-когнітивний та нарративний аспекти : дис. канд. філол. наук : спец. 10.02.04 «Германские языки» / Наталья Павлівна Изотова. – К., 2009. – 252 с.
6. Лакофф Дж. Лингвистические гештальты / Дж. Лакофф // Новое в зарубежной лингвистике. – 1981. – № 10 – С. 350-368.
7. Лотман Ю.М. О поэтах и поэзии / Ю.М. Лотман. – Санкт-Петербург : «Искусство-СПБ», 1996. – 848 с.
8. Маріна О.С. Контрастивні тропи і фігури в американській поезії модернізму: лінгвокогнітивний аспект : дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови» / Олена Сергіївна Маріна. – К., 2004. – 202 с.
9. Морозова И. Б. Применение принципов гештальт-анализа в синтаксических исследованиях (на материале английского языка) / Ирина Борисовна Морозова // Записки з романо-германської філології. – Одеса : Фенікс, 2010. – № 25. – С. 164-167.
10. Редька І. А. Синестезійна образність поетичного тексту: лінгвокогнітивний аспект (на матеріалі американської жіночої поезії кінця XIX – початку XXI століття) : дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови» / Інна Анатоліївна Редька. – Київ, 2009. – 221 с.
11. Філіпчик О. Й. Синтаксичні засоби створення образу (на матеріалі сучасної американської поезії) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови» / О. Й. Філіпчик. – Одеса, 2000. – 17 с.
12. Харитончик З. А. Имена прилагательные в лексико-грамматической системе современного английского языка / Зинаида Андріївна Харитончик. – Минск : Высшая школа, 1986. – 96 с.
13. Шкловский В. Б. Потебня // Поэтика : Сборник по теории поэтического языка / В. Б. Шкловский. – Петроград : Изд-во Петроградского университета, 1919. – Т. 2. – С. 141-147.
14. Якобсон Р. Поэзия грамматики и грамматика поэзии / Р. Якобсон // Семиотика. – М. : Радуга. – 1983. – С. 465-473.
15. Lakoff G. The Contemporary Theory of Metaphor / G. Lakoff // Metaphor and Thought / [ed. by A. Ortony]. – Cambridge University Press, 1993. – P. 202-251.
16. Tsur R. Toward a Theory of Cognitive Poetics / R. Tsur. – Amsterdam : Elsevier Science Publishers, 1992. – 549 p.
17. Tsur R. Light, Fire, Prison. A Cognitive Analysis of Religious Imagery in Poetry / R. Tsur. – 1998. – Available at : [http://www.tau.ac.il/~tsurxx/Kostandin\\_Lakoff\\_2.html](http://www.tau.ac.il/~tsurxx/Kostandin_Lakoff_2.html)
18. Turner M. Conceptual Integration and Formal Expression / M. Turner, G. Fauconnier // Metaphor and Symbolic Activity. – 1995. – № 10(3). – P. 183-204.
19. Turner M. The Literary Mind: The Origin of Thought and Language / M. Turner. – N. Y. ; Oxford : Oxford University Press, 1998. – 187 p.

### Джерела ілюстративного матеріалу:

1. Beadle SG – Beadle S. A. My suburban girl [Електронний ресурс] / S. A. Beadle. – Режим доступу : <http://www.poemhunter.com/poem/my-suburban-girl/>
2. Blunt – Blunt W. S. Poetry / W. S. Blunt. – Edinburgh : R. & R. CLARK, LIMITED, 1998 – 422 p.
3. Browning R. PL – Browning R. Porphyria's lover [Електронний ресурс] / R. Browning. – Режим доступу : <http://www.poemhunter.com/poem/porphyria-s-lover/>
4. Burns RR – Burns R. A red red rose [Електронний ресурс] / R. Burns. – Режим доступу : [http://www.poetry-online.org/burns\\_a\\_red\\_red\\_rose.htm](http://www.poetry-online.org/burns_a_red_red_rose.htm)

5. Bridges MDYD – Bridges R. My delight and thy delight [Електронний ресурс] / R. Bridges. – Режим доступу : <http://www.poemhunter.com/poem/my-delight-and-thy-delight/>
6. Brooke RS – Brooke R. Retrospect [Електронний ресурс] / R. Brooke. – Режим доступу : <http://europeanhistory.about.com/library/weekly/blbrookeretrospect.htm>
7. Clare FL – Clare J. First love [Електронний ресурс] / J. Clare. – Режим доступу : <http://www.poemhunter.com/poem/first-love/>
8. Field VW – Field E. A Valentine to my wife [Електронний ресурс] / E. Field. – Режим доступу : <http://myhomeoflove.tripod.com/loveletters/valentine.html>
9. Foster IDOJ – Foster S. I dream of Jeanie [Електронний ресурс] / S. Foster. – Режим доступу : [http://www.poetry-online.org/foster\\_jeanie\\_with\\_the\\_light\\_brown\\_hair.htm](http://www.poetry-online.org/foster_jeanie_with_the_light_brown_hair.htm)
10. Kilmer BV – Kilmer J. A Blue Valentine [Електронний ресурс] / J. Kilmer. – Режим доступу : <http://classiclit.about.com/library/bl-etexts/jkilmer/bl-jkilmer-bluevalentine.htm>
11. Keats BS – Keats J. Bright star! would I were steadfast as thou art [Електронний ресурс] / J. Keats – Режим доступу : <http://www.bartleby.com/106/198.html>
12. Keats ED – Keats J. Endymion [Електронний ресурс] / J. Keats – Режим доступу : <http://www.bartleby.com/126/35.html>
13. Nash AG – Nash O. Always marry an April girl [Електронний ресурс] / O. Nash. – Режим доступу : <http://www.poemhunter.com/poem/always-marry-an-april-girl/>
14. ОВАР – The Oxford Book of American poetry. – Oxford : Oxford University press, 2006. – 1132 p.
15. Poe AL – Poe E. Annabel Lee [Електронний ресурс] / E. Poe. – Режим доступу : <http://www.poemhunter.com/poem/annabel-lee/>
16. Foster BD – Foster S. Beautiful Dreamer [Електронний ресурс] / S. Foster. – Режим доступу : [http://www.poetry-online.org/foster\\_beautiful\\_dreamer.htm](http://www.poetry-online.org/foster_beautiful_dreamer.htm)
17. Keats BDSM – Keats J. La Belle Dame Sans Merci [Електронний ресурс] / J. Keats. – Режим доступу : <http://www.bartleby.com/126/55.html>
18. Coleridge LV – Coleridge S. Love [Електронний ресурс] / S. Coleridge. – Режим доступу : [http://www.poetry-online.org/coleridge\\_love.htm](http://www.poetry-online.org/coleridge_love.htm)
19. Shelley TJ – Percy Bysshe Shelley To Jane [Електронний ресурс] / P. Shelley. – Режим доступу : [http://www.internal.org/Percy\\_Bysshe\\_Shelley/To\\_Jane](http://www.internal.org/Percy_Bysshe_Shelley/To_Jane)
20. Waller GR – Waller E. Go, lovely Rose [Електронний ресурс] / S. Teasdale. – Режим доступу : <http://www.poetryfoundation.org/poem/180684>
21. Warren TL – Warren R. True love [Електронний ресурс] / R. Warren. – Режим доступу : <http://www.poets.org/viewmedia.php/prmMID/15313>



**Копчак О. І.,**

Київський національний лінгвістичний університет, м. Київ

## ГЛЮТОНІМИ У ПЕРСЬКИХ І УКРАЇНСЬКИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМАХ НА ПОЗНАЧЕННЯ ЕМОЦІЙ ЛЮДИНИ

*У пропонованій статті зроблено спробу виявити й визначити частотність вживання глютонімів у фразеологічних одиницях на позначення емоцій сучасних перської і української мов.*

**Ключові слова:** фразеологічна одиниця, глютонім, емоція.

*В предлагаемой статье предпринята попытка найти и установить частотность употребления глютонимов во фразеологических единицах, обозначающих эмоции, современных персидского и украинского языков.*

**Ключевые слова:** фразеологическая единица, глютоним, эмоция.

*The article is dedicated to identify and determine the frequency of gluttio component use into phraseological units of human emotions in modern Persian and Ukrainian languages.*

**Key words:** phraseological unit, gluttio component, emotion.

**Постановка наукової проблеми та її значення.** Пропонована стаття становить частину нашого дисертаційного дослідження національно-культурної специфіки фразеологізмів із компонентом-глютонімом у сучасних перській і українських мовах.

Немає такої лінгвокультури у світі, яка не зафіксувала б прислів'я та приказки, пов'язані з їжею [2, с. 415]. Саме це дало поштовх для дослідження нами масивів українських і перських фразеологізмів, до складу яких входять глютоніми (від лат. *gluttio* – ковтати, споживати). У межах цієї статті ми зупинимось лише на глютонімах у фразеологізмах на позначення емоцій обох мов. Вибірку здійснено лише з трьох українських етнографічних джерел [1; 4; 5] і одного перського [3], тому кількісні показники (71 перська фразеологічна одиниця на противагу 107 українським) є далеко не вичерпаними і можуть бути доопрацьовані й доповнені.

**Актуальність** пропонованого дослідження зумовлена важливістю поглибленого різноаспектного вивчення фразеологізмів з компонентом-глютонімом у перській і українській мовах.

**Методи дослідження:** 1) метод суцільної вибірки; 2) метод компонентного аналізу для визначення семантичної структури досліджуваних фразеологізмів; 3) кількісний аналіз з елементами статистичного методу дозволяє визначити частотність вживання і актуальність конкретної фразеологічної одиниці.

**Мета** нашого дослідження полягає у виявленні й визначенні частотності вживання глютонімів у фразеологічних одиницях на позначення емоцій сучасних перської і української мов.

**Об'єктом дослідження** виступають 1812 українських і 1800 перських фразеологізмів на позначення емоцій людини в широкому розумінні (фраземи і перемії), що мають у своєму складі компонент-глютонім (а саме: назви сировини, напівфабрикатів, страв, харчових продуктів та консервів, напоїв, номінації їжі без зазначення складу).

**Предмет дослідження** пропонованої статті – глютоніми в перських і українських фразеологізмах на позначення емоцій.

**Вклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження.** Беручи за основу дослідження Охріменко М. А., об'єктом пропонованої роботи ми визначили фразеологізми на позначення базових емоцій, найбільш характерних для фразеологічних систем сучасних перської і української мов, а саме: «Нейтральні емоції» («Спокій», «Байдужість», «Зацікавленість»); «Позитивні емоції» («Радість», «Захоплення», «Задоволення», «Закоханість», «Щастя», «Бажання» «Гордість»); «Негативні емоції» («Гнів», «Горе / Смуток», «Сором / Сором'язливість», «Страх», «Тривога / Хвилювання» «Відраза», «Образа / Зневага», «Жаль / Співчуття», «Ненависть», «Сумнів», «Злість», «Нетерпіння», «Незадоволення»), і «Біполярні (двовалентні) емоції» («Здивування», «Сміх») [3, с. 5].

Серед 1812 українських і 1800 перських фразеологізмів на позначення емоцій людини, відібраних із трьох українських етнографічних джерел [1; 4; 5] і одного перського [3], методом суцільної вибірки нам вдалося виокремити 107 українських і 71 перських фразеологізмів, які мають у своєму складі компонент-глютонім. У відсотковому відношенні це становить  $\approx 3,9\%$  від загальної кількості фразеологізмів зазначеної тематики в перській мові і  $\approx 5,91\%$  в українській. Кількісний розподіл українських і перських фразеологізмів із компонентом-глютонімом по емоціях представлений у Таблиці 1.

Таблиця 1.

Субполе	Емоції	Українська мова	Перська мова
Нейтральні емоції	спокій	-	-
	байдужість	9	2
	зацікавленість	1	-
Позитивні емоції	радість	4	2
	захоплення	1	-
	задоволення	11	3
	закоханість	1	1
	щастя	3	1
	бажання	8	4
	гордість	1	2





мак									1	1										2	
масло				3									1							4	
мед		1	1	4				1							1	1				9	
млинці	1																			1	
молоко							2			2						1				5	
морква													1		1					2	
овес							1													1	
оля													1							1	
перець										1				2		2		1		6	
петрушка																		1		1	
пиво										1		1								2	
пиріг	1		1															1		3	
просо	2										2									4	
пшоно															1					1	
рак											2									2	
редька										2			1							3	
риба						1											2			3	
сало			2	1			1		1						1					6	
сир				1																1	
сіть	2												2	1	1	1				7	
сметана				2																2	
тісто																1				1	
хліб	1		1	1	1	2				1					1			1		9	
хрін	1									2			1	1						5	
цибуля																			1	1	
часник									1							1				2	
яблуко												1					1			2	
яйце														1						1	
	13	1	6	1	13	1	4	8	2	5	16	4	3	12	9	6	10	6	8	2	4

**Висновки.** На основі проведеного дослідження можна зробити висновок, що у фразеологізмах на позначення емоцій людини ми знаходимо образно закріплені словесні характеристики деяких особливостей харчування іранців і українців. Наведений вище аналіз підтверджує, що національні страви і продукти харчування знайшли вираження в емотивній фразеології, причому можна помітити спільні риси навіть у мовах віддаленої спорідненості, таких як українська і перська.

**Серед перспектив наших подальших досліджень** – дослідження національно-культурної специфіки семантики фразеологізмів із компонентом-глютонімом на матеріалі сучасних перської і української мов.

#### Література:

1. Вознюк Л. П'ять тисяч прислів'їв та приказок / Укладач Леся Вознюк. – Тернопіль : Підручники і посібники, 2010. – 224 с.
2. Олянич А. В. Презентационная теория дискурса: монография / Андрей Владимирович Олянич. – Волгоград : Парадигма, 2004. – 507 с.
3. Охріменко М. А. Персько-український словник емотивної фразеології / Укладач Марина Анатоліївна Охріменко. – Луцьк : ДП «Волинські старожитності», 2011. – 316 с.
4. Попова О. А. Кращі прислів'я та приказки українського народу / Укладач Олена Попова. – Донецьк : ТОВ «ВКФ БАО», 2009. – 416 с.
5. Словник фразеологізмів української мови / Укладач: В. М. Білоноженко, І. С. Гнатюк, В. В. Дятчук. – К. : Наук. думка, 2008. – 1104 с.

Коропецька О. І.,

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, м. Чернівці

## ЗАСОБИ ВИРАЖЕННЯ МОВЛЕННЕВОЇ ТАКТИКИ ЗАПИТУ ІНФОРМАЦІЇ В ПАРЕНТАЛЬНОМУ ДІАЛОГІЧНОМУ ДИСКУРСІ

*Робота присвячена дослідженню лексичних засобів вираження тактики запиту інформації у сучасному англо-мовному парентальному дискурсі.*

**Ключові слова:** парентальний дискурс, стратегія, тактика запиту інформації, експліцитний та імпліцитний смисл.

*Работа посвящена исследованию лексических средств выражения тактики запроса информации в современном англоязычном парентальном дискурсе.*

**Ключевые слова:** парентальный дискурс, стратегия, тактика запроса информации, эксплицитный и имплицитный смысл.

*This work is devoted to the study of lexical means of expression of information request tactics in the English parental discourse.*

**Key words:** parental discourse, strategy, information request tactics, explicit and implicit sense.

Мовленнева дільність людини у всіх своїх проявах часто є предметом досліджень сучасних лінгвістичних студій, проте, зважаючи на її багатоаспектність, на сьогодні є ще нерозв'язані проблеми, які і зумовили написання цієї роботи.

У мовознавстві не виділено єдиного визначення дискурсу (Г. Г. Почепцов, М. М. Бахтин, В. Н. Волошинов, Н. Д. Арутюнова, Е. Бенвеніст, Р. О. Якобсон, І. П. Сусов, С. А. Арістов, Н. Д. Борисенко, О. Л. Козачишина, А. П. Мартинюк, Т. van Dijk, D. Cameron, J. Coates, P. Eckert). У ході дослідження ми виходимо з наступного його розуміння – це найзагальніша категорія комунікації, динамічне явище; він є процесом спілкування, що після свого завершення перетворюється в текст [1, с. 153,167]. Ряд науковців зробив внесок у визначення та класифікацію сімейного дискурсу (А. Д. Белова, А. А. Бігарі, А. А. Семенюк та В. В. Козлова) як міжособистісного спілкування споріднених сімейними зв'язками осіб, якому притаманні залежна від статі, віку та сімейних ролей адресантно-адресатна конфігурація, широкий набір комунікативних тактик, конфліктонебезпечні типові та новітні комунікативні ситуації та вищі вимоги до комунікативної компетенції мовців [2, с. 11].

Згідно з класифікацією І. П. Сузова та С. А. Арістова, у діалогічному дискурсі виділяють чотири різновиди мовленнєвого спілкування: інституційно – виробничий, споживацький, сімейно – побутовий та сферу дозвілля [7].

Центральною ланкою в побутовому дискурсі є спілкування в сім'ї, основними типами якого є матримоніальний діалогічний дискурс (спілкування «чоловік – жінка»), парентальний діалогічний дискурс (спілкування «батьки – діти»), дискурс сіблінгів (спілкування «брати – сестри») [4].

Сучасна комунікативна лінгвістика залежно від механізму взаємодії інтенцій комунікантів виділяє два типи сімейного дискурсу, що різняться глобальною стратегічною спрямованістю:

– кооперативний, що характеризується узгодженістю (або нейтральністю) інтенцій комунікантів та спрямованістю на реалізацію спільної мети; слід зазначити, що сюди ми відносимо і комунікацію, що відбувається в інтересах хоча б одного з комунікантів та не викликає спротиву з боку іншого.

– конфронтативний, що характеризується розбіжністю вихідних інтенцій комунікантів та/або спрямований на вербалізацію конфлікту інтересів або цінностей [3; 6, с. 7].

Актуальність зумовлена недостатньою дослідженістю питань, які стосуються парентального дискурсу, а також його стратегій та тактик.

Мета – проаналізувати засоби вираження тактики запиту інформації (далі – ЗІ) у парентальному діалогічному дискурсі.

Завдання, зумовлені метою, передбачають виокремлення експліцитних та імпліцитних засобів вираження тактики ЗІ.

Матеріалом дослідження слугували 304 мікродіалоги, вибрані із 10 англомовних творів останнього десятиліття.

За мінімальну одиницю аналізу було прийнято мовленнєвий хід – основну одиницю дискурсу, мінімально значимий елемент, який розвиває взаємодію, просуває спілкування до досягнення комунікативних цілей [10, с. 19; 11, с. 6].

Серед досліджених мікродіалогів частка тих, що представляють парентальний дискурс, склала 76% (234 приклади /1088 мовленнєвих ходів), тоді коли сіблінгового – 20%, а матримоніального – 4%.

Мовленнєві стратегії (оптимальна реалізація інтенцій мовця щодо досягнення конкретної мети спілкування, тобто контроль і вибір дієвих ходів спілкування і гнучкої їх видозміни в конкретній ситуації) реалізуються певними тактиками, які мають свої засоби вираження. Комунікативні тактики виконують функцію способів здійснення стратегії мовлення і являються мовленнєвими прийомами, що дають змогу досягнути комунікативної мети [1, с. 118-120].

В рамках кількох виділених мовленнєвих стратегій, що використовуються як батьками, так і дітьми (отримання інформації, інформування, переконання, заперечення тощо), ми зосередили увагу на стратегії отримання інформації. Це зумовлено тим, що з-поміж усіх виокремлених тактик (прохання, повчання, вказівка, заспокоєння, переконання, опозиція тощо) найбільша частка належить тактиці ЗІ 22% (234 репліки) та відповідно наданню

інформації 20% (220), що є логічним, оскільки за запитанням адресанта слідує вербальна чи невербальна реакція адресата. Саму ж тактику ЗІ можна класифікувати як кооперативний координуючий підтип дискурсу [5, с. 253].

У процесі дослідження тактики ЗІ були використані методи дескриптивного, прагматичного та кількісного аналізу.

Говорячи про граматичне втілення тактики ЗІ, а саме типи питальних речень, відзначимо, що частка **загальних** питань склала 37% (43 репліки):

'Can't you be like other mothers and just ask me if I'm smoking weed?'

'Are you smoking weed?' she says.

'No!' [13, с. 43]

**спеціальних** – 47% (55):

Mr. Franklin assigned an essay about our favorite subject, and I wanted to write about lunch, but he won't let me.

'Why not?'

'He says lunch isn't a subject.'

I glance at him.' It isn't.'

'Well,' Jacob says, 'it's not a predicate, either. Shouldn't he know that?' [13, с. 11]

**альтернативних** – 2% (2):

'Tea or something stronger?' Hedley asked. [12, с. 49]

**розділових** – 1% (1):

'You haven't treated a girl like that, have you?'

Theo rolls his eyes. [13, с. 43]

інших – 13% (15). До інших ми віднесли речення, які граматично не являються питальними, але імпліцитно містять запит інформації, а також речення, що складаються лише з одного слова:

'You never did tell me Theo's motive for killing you.'

'Oh'. Jacob glances over his shoulder, a wicked grin spreading across his face. 'I stole his sneakers' [13, с. 7].

У проаналізованих прикладах мовець, звертаючись до слухача, найчастіше використовує особовий займенник you (90% випадків), значно рідше іменник dad/ mum, чи ім'я адресата (7%) та іменник baby (3%).

У досліджуваних мікродіалогах тактика ЗІ виражена експліцитно (явний смисл сприймається комунікантами зі значення мовних одиниць) та імпліцитно (неявний смисл, який виводиться із значень мовних одиниць під впливом конкретної ситуації та контексту спілкування), як батьками, так і дітьми [1, с. 156]. Наприклад:

(1) 'Where are your boots?'

'I don't know.' [13, с. 56], чи

(2) 'What day is Mother's Day?' he asked.

I told him, and then I forgot about the conversation, until May 10. [13, с. 137]

В обох прикладах значення сказаного адресантом і того, що мається ним на увазі, співпадає – батько запитує у доньки, де її черевики (1), а син цікавиться у мами, коли святкують День матері. Варто зазначити, що тактика ЗІ як батьками, так і дітьми виражається експліцитно у 85 % випадків (128 та 92 прикладів відповідно).

При експліцитному вираженні тактики ЗІ у репліках адресанта бачимо використання лексем to tell, to remind, (питальне слово how) + to know:

(3) 'Where did this come from?'

A box at Jess's place', he grinds out, shutting his eyes tight until I let go.

'Tell me why you have this. Because a lot of people are searching for Jess, and this does not look good' [13, с. 250].

Мати цікавиться у сина звідки йому наперед відомо, чому присвячена стаття у газеті. Адресат отримує конкретний запит щодо наявної у нього інформації.

У наведеному прикладі від слухача цілеспрямовано вимагається (у формі наказового речення) певна інформація.

(4) 'Deep down, he loves you', she told me.

'How do you know?' I asked.

'I don't', she admitted.' But its what I have to believe to keep going' [13, с. 194].

(5) She had recently decided that her only realistic option was marriage and motherhood.

'And where's the shame in that, I'd like to know?' Mom asked [12, с. 240].

(6) 'What about lunch?' she (daughter) called out. <...>

'What?' she (mother) asked. <...>

'The chip shop. <...> We just passed it'. <...>

'Remind me what you like.cod or scampi?

'Scampi's expensive' [12, с. 204].

У останньому прикладі лексема remind наче нівелює враження про неналежне виконання батьківських обов'язків, таким чином, адресату здається ніби мовець просто не може пригадати необхідну інформацію саме в момент мовлення.

Для підсилення мотивації слухача надати інформацію, акцентувати її важливість, мовець може використати прислівник способу дії у функції обставини:

(7) 'A saying that means what, exactly?'

Theo's face turns bright red. 'Just Google it' [13, с. 15].

У представленій ситуації мати хоче не просто отримати коротку відповідь, а чітке, конкретне роз'яснення значення невідомого вислову.

У випадку, коли мовець, застосовуючи тактику ЗІ, під час одного мовленнєвого ходу вживає кілька питальних речень (або розповідних/спонукальних, інтенційно спрямованих на отримання відповіді від адресата), вони виступають як підсилення інтенційного впливу.

(8) '... Hedley, are you still there?'

'Yes,' Hedley sighed.

'The stones. How many should there be for it to be perfect?'

**'Which stones, Mum? Where's Antony? Have you had your pills?'**

And so began the last forty-minute phone call of Rachel's life [12, с. 173].

Син хоче отримати від матері відповідь одразу на низку запитань, які формують інтерогативний комплекс, що свідчить про певний емоційний стан мовця.

Мають місце випадки, коли мовець бажає дізнатися не факти, а почуття та міркування слухача, його ставлення до певних явищ.

(9) **'The prom, huh?'**

'Yes', he said. 'Jess thinks it's a good idea.'

'How about you? Do you **think it's a good idea?**'

Jacob shrugged. 'I guess. But I'm a little worried...' [13, с. 83].

Мати цікавиться емоціями дитини з приводу випускного балу.

У прикладі (9) зустрічаємо лексему *to think* (думати), а додатком у реченні (*a good idea*) виступає той об'єкт, ставлення слухача до якого має на меті з'ясувати мовець. Таким чином, інтенція адресанта може втілюватися у репліці з мінімуму лексичних одиниць (*The prom, huh?*). У даному випадку речення складається фактично з одного слова (*the prom*). Без контексту важко зрозуміти намір мовця – мати цікавиться думкою сина щодо майбутнього свята. З пресупозиції дізнаємося, що скоро у нього випускний, до якого він зараз готується, і що мовця у момент спілкування цікавить саме його ставлення до того, що відбувається.

(10) **'We were going to get you one of these for your birthday,'** Rachel called out. *She was holding up one of the shop's little wooden models designed to help artists get people right. Morwenna loved them although secretly she'd have preferred the expensive one like a horse.*

'Yes, please!' she said.

'It's not a toy, though.'

'I know. It's to help with proportion.'

'Well pretend you didn't see and remember to act surprised when you open it. **I just wanted to be sure it was the right thing**' [12, с. 199].

У останньому прикладі мати повідомляє доньці, що їй вже обрали подарунок на день народження. За реакцією доньки вона намагається зрозуміти, чи до вподоби він їй. Тут спостерігаємо імпліцитне вираження тактики ЗІ, оскільки репліка *We were going to get you one of these for your birthday* фактично є розповідним реченням, яке повідомляє адресату певну інформацію.

Такий спосіб вираження більш притаманний батькам аніж дітям, оскільки останні, у силу віку, ще не можуть вміло використувати імпліцитні висловлювання при спілкуванні для досягнення комунікативних намірів (згідно ілюстративного матеріалу вік дітей до 18 років).

Імпліцитність виражена у досліджуваних мікродіалогах наступним чином:

(11) **'You never did tell me Theo's motive for killing you.'**

'Oh.' Jacob glances over his shoulder, a wicked grin spreading across his face. 'I stole his sneakers' [13, с. 7].

(12) **'You never told me this'** [12, с. 153].

У наведених прикладах тактика ЗІ виражається не прямим запитанням, а є спонукуванням до надання необхідної адресанту інформації. Мовець, вкладаючи смисл «між рядків», має на увазі *Ти не казав мені цього раніше, але можеш зробити це зараз*. Слухач, у свою чергу, зрозумівши намір мовця отримати інформацію, дає відповідь або уникає її. У прикладі (11) цей ефект посилюється модальним дієсловом *did*.

У процесі спілкування часто використовуються кліше (мовні одиниці, яким властиві постійний склад компонентів, звичність звучання, відтворюваність готових мовних блоків і водночас семантичне членування, характерне для вільних словосполучень) типу *What are you doing?*, *What do you mean?*, *What is going on?* Поява кліше зв'язана з частотністю й повторюваністю ситуацій. За цих умов навколо стрижневого слова утворюється відносно постійний набір контекстуальних елементів у мовленні, що набувають звичності в називанні і звучанні. Такі сполуки слів перетворюються у стандартні [8, с. 238].

(13) 'Jacob?' I say tentatively. 'Honey?' I walk closer and gently shake him.

Jacob continues to stare at the wall in silence. I wave a hand in front of his face, but he doesn't respond. <...> There is a voice at the door.

**'What's going on?'** Theo asks, his face still hazy with sleep and his hair sticking up in hedgehog spikes [13, с. 173].

Тео бачить, що мати розмовляє з його братом і репліка мовця *What's going on?* стосуються ситуації загалом (чому брат не реагує, коли до нього звертаються), а не самого діалогу.

(14) **'Tell me why you have this. Because a lot of people are searching for Jess, and this does not look good. His hand starts twitching at his side.**

'I told you I went to her house Tuesday, like I was supposed to. And things weren't right.'

'What do you mean?'

'There were stools knocked over in the kitchen, and papers all over the floor, and all the CDs were thrown on the carpet. It wasn't right, it wasn't right...' [13, с. 149].

(15) *In the middle of the night, I hear noises in the kitchen. I creep downstairs to find my mother, rummaging through a drawer to find the phone book. Her hair is loose, her feet are bare, and there's a toothpaste stain on her shirt. 'Why isn't it listed under Government,' she mutters.*

**'What are you doing?'**

*'I have to call the jail', she says. 'He doesn't like it when it's dark. I could bring him a night-light. I want them to know that I can bring him a night-light, if that helps'.*

*'Mom', I say. She picks up the telephone. 'Mom... you need to go to bed' [13, с. 382].*

У наведеному прикладі репліка сина *What are you doing?* стосується не дій матері у момент мовлення, а їхніх причин.

Між мовленнєвими тактиками майже неможливо провести чітких меж, вони наче накладаються одна на одну та тісно переплітаються (що може бути пояснене тим, що план змісту, вкладеного у слово чи вираз, значно ширше, ніж план форми).

Отже, за результатами досліджень, у парентальному діалогічному дискурсі в рамках мовленнєвої стратегії отримання інформації найуживанішою тактикою мовця є запит інформації (як з боку батьків, так і з боку дітей). Експліцитне вираження тактики переважає над імпліцитним (85% та 15% відповідно) в обох випадках, що пояснюється, очевидно, наявністю в системі мови готових конструкцій для оформлення інтенції запитання. Для вираження мовленнєвої тактики ЗІ задіюються такі лексичні одиниці як *to tell, to remind*, у розповідних та питальних реченнях та *where, what, why, how, since when, with whom* у питальних, а також конструкції типу *питальне слово how + to know*. Для підсилення мотивації адресата надати інформацію, адресантом можуть використовуватися модальні дієслова (*do, did*), прислівники (*exactly*). Зустрічаємо також використання мовних кліше.

Дослідження також показало, що при використанні тактики ЗІ, експліцитність висловлень більше притаманна дітям, а імпліцитність – батькам. Це свідчить про більшу мовну компетенцію останніх.

На наступних етапах дослідження може бути розглянута вікова та гендерна диференціація комунікантів у рамках парентального діалогічного дискурсу.

### Література:

1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики: Підручник / Флорій Сергійович Бацевич. – Київ : Видавничий центр «Академія», 2004. – 344 с.
2. Бігарі А. А. Дискурс сучасної англійської мови: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.04 – «Германські мови» / А. А. Бігарі. – Київ, 2006. – 21 с.
3. Інвективи у німецькомовному сімейному конфронтативному дискурсі: [Електронний ресурс] / І. М. Осовська – Режим доступу до журн. : [http://www.rusnauka.com/20\\_PNR\\_2011/Philologia/7\\_90386.doc.htm](http://www.rusnauka.com/20_PNR_2011/Philologia/7_90386.doc.htm)
4. Особливості матримоніального діалогічного дискурсу: [Електронний ресурс] / О. Проценко – Режим доступу до журн. : <http://www.google.ru/url?sa=t&rct=j&q>
5. Осовська І. М. Стереотипні ролі дружини та їх стратегічний потенціал у німецькомовному матримоніальному дискурсі / І. М. Осовська // Наукові праці Кам'янець-Подільського університету імені Івана Огієнка: Філологічні науки. – 2010. – Випуск 22. – Том 2. – Чернівці : Книги – XXI, 2010. – С. 250-255.
6. Семенюк А. А. Гендерні та вікові особливості кооперативної мовленнєвої поведінки в сімейному дискурсі (на матеріалі сучасної англійської мови): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.04 – «Германські мови» / А. А. Семенюк. – Донецьк, 2007. – 24 с.
7. Сусов И. П., Аристов С. А. Коммуникативно – когнитивная лингвистика и разговорный дискурс [Електронний ресурс] / И. П. Сусов, С. А. Аристов. – 11с. – Режим доступу до журн. : <http://homepages.tversu.ru/~susov/Aristov.htm>
8. Сучасна українська мова / [за ред. О. Пономарева]. – Київ: Либідь, 2001. – 400 с.
9. Carey P. P. Theft: Love Story [Електронний ресурс] / P. P. Carey – Режим доступу до книги : <http://www.bookfb2.ru/?p=17283>
10. Courtland M. An Introduction to Discourse Analysis / M. Courtland. – London : 1977. – 212 p.
11. Edmonson W. Spoken discourse: a model for analysis (Longman Linguistics Library, vol. 27) / W. Edmonson. – Longman : 1981. – Pp. 217.
12. Gale P. Notes from an exhibition – Harper Perennial: London, New York, Toronto, Sydney and New Delhi, 2008. – 374 p.
13. Picoult J. House Rules: A Novel [роман] / J. Picoult – Режим доступу до книг : <http://e-libra.ru/books/213010-house-rules.fb2.html>



**Косович О. В.,**

*Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка, м. Тернопіль*

## ФРАНЦУЗЬКА НЕОЛОГІЯ: СУТНІСТЬ, ТЕНДЕНЦІЇ, ПЕРСПЕКТИВИ

*У статті розглянуті проблеми виділення неології, напрямки досліджень неологізмів як мовних феноменів. Акцентується увага на те, що саме існування різних трактувань основної одиниці неології – неологізму – зумовлює різні напрями вивчення цього явища.*

**Ключові слова:** неологія, неологізм, новотвір, мовний рівень.

*В статье рассмотрены проблемы выделения неологии, направления исследований неологизмов как языковых феноменов. Фокусируется внимание на том, что наличие разных толкований основного понятия неологии – неологизма – обуславливает разные направления изучения данного явления.*

**Ключевые слова:** неология, неологизм, инновация, языковой уровень.

*The article deals with the problems of linguistic status of neology in French, neologisms research tendencies are reviewed. The attention is focused on the following: existence of neologism different interpretations cause different neology studying tendencies.*

**Key words:** neology, neologism, new word, language level.

Мова є динамічною системою, складним механізмом, що, з одного боку, перебуває у постійному русі, з іншого – зберігає ознаки стабільності та цілісності, будучи основним засобом комунікації. Очевидно, саме тому питання про мовну змінність, суть, чинники та тенденції мовної еволюції є та буде одним з центральних у лінгвістичній науці.

Інноваційна діяльність є одним із компонентів процесу мовної еволюції. Вважається, що поява нових одиниць відбувається під впливом конкретних зовнішніх, щодо системи мови, і на основі внутрішніх, закладених у самій мові, закономірностей. Дослідження особливостей розвитку словникового складу неможливо проводити без урахування позиції діалектичного підходу до явищ мови в цілому і до словотворення зокрема. Основними є ідеї про взаємозалежність та взаємозумовленість мовних явищ; використовується системний підхід у вивченні об'єктивної реальності. Найбільш активний розвиток мови здійснюється у галузі лексики, що зумовлено, крім її особливостей порівняно з іншими мовними рівнями, зокрема, більш високим ступенем позамовної детермінованості.

При всій розмаїтості шляхів і форм зміни словникового складу мови основним процесом у розвитку лексики лінгвісти називають процес неологізації, що відображає загальний поступальний рух мови. У зв'язку з орієнтацією сучасної лінгвістики на дослідження процесів розвитку мови, глибоке й всебічне вивчення неологізмів складає беззаперечне зацікавлення.

Мова є певним впорядкованим та систематизованим об'єктом, підсистеми якого є взаємопов'язаними та взаємоумовленими, тому процес неологізації відбувається не тільки на рівні лексичної підсистеми французької мови, але й на рівні інших підсистем. Мовні новотвори в даному випадку – одна з підсистем, що є продуктом взаємозв'язку елементів мовної системи, які беруть участь в процесі неологізації, що забезпечують розвиток як її лексичного складу, так і всієї мовної системи загалом.

Сьогодні термін *неологія* осмислюється в ширшому сенсі, ніж раніше, а саме – як наука про нові явища всіх ярусів мовної системи, а не тільки її лексичної підсистеми. Вказаний підхід сприяє формуванню нового вектора розвитку неологічної галузі мовознавства – дослідження неологізмів у якості об'єктів різних рівнів мови і міжрівневого підходу до мовної системи. В окремих роботах дослідників (Е. В. Сенько, 2000) категорія неологізму проектується на всі мовні рівні. Такий підхід значно розширює поняття неологізму, виводячи його на якісно новий рівень. З нашої точки зору, новотвір – це явище мови, яке охоплює всі його рівні: фонетичний (поява нових акцентологічних варіантів та варіантів вимови), морфологічний (розвиток нових формотвірних і словозмінних форм), синтаксичний (варіантність і виникнення нових синтаксем) і т. д., оскільки «визнання системності в якості основної онтологічної ознаки мовної системи вимагає комплексного дослідження новотворів, яке могло б сприяти вияву внутрішньої, органічної обумовленості та взаємозв'язку різних структурних одиниць в процесі неологізації» [2, с. 4]. Відзначимо також, що дослідження процесу неологізації в плані взаємодії фонетичного, лексичного, словотвірного, фразеологічного, граматичного рівнів поглиблює вже існуючі уявлення про неологізми, сприяє формуванню та розвитку нового напрямку в науці та ставить проблему значно ширше – **неологізм як феномен мовної системи.**

Неологізаційні процеси є яскравими зразками, що засвідчують динамічний характер мови, і демонструють абсолютний прогрес, який пов'язаний із реалізацією словотвірних можливостей мовної системи. Доцільним у зв'язку з цим видається нам міркування В. фон Гумбольдта: «У жодному разі не можна розглядати словниковий запас мови як готову, застиглу масу. Не кажучи вже про постійний процес утворення нових слів і словоформ, словниковий запас, допоки мова живе в мовленні народу, є продуктом словотвірної потенції, який розвивається і знову відтворюється» [2, с. 112]. Такий підхід і визначив розвиток лексико-семантичного рівня мовної системи та став об'єктом зацікавлення не одного покоління мовознавців, наукові здобутки яких і дали основу для створення лінгвістичної науки – неології. До середини ХХ століття були створені всі необхідні умови для її становлення. Виокремленню цієї науки сприяла висока «неогенність» ХХ століття, «неологічний бум», і, відповідно, підвищення уваги з боку мовознавців до проблем нових явищ у мові та мовленні. Хоча сам термін «неологія» в науковий обіг вводять ще на початку ХІХ століття і використовують для позначення сукупності нових слів: у 1801 році в Парижі вийшла друком лексикографічна праця Л. Мерсьє «*Néologie ou vocabulaire de mots nouveaux, à renouveler, ou pris dans des acceptions nouvelles*».

Сам термін «неологія» уперше було зареєстровано у Франції в 1759 р. й уже тоді дане поняття означало «створення нових слів з метою збагачення мови» [5]. У французькій мові датою появи слова «неологізм» вважають 1735 р., коли під неологізмом розуміли надмірну, показову пристрась до всього нового. У 1800 р. значення терміна втратило пейоративне забарвлення й стало означати «використання нових слів, словосполучень і так далі» [5]. Слід зазначити, що в цій країні проблема вивчення рідної мови, у тому числі й нових її прощарків, завжди гостро обговорювалася не тільки науковими співтовариствами (наприклад, Міжнародною радою французької мови CILF – Conseil Internationale de la Langue Française), а й на рівні державного керівництва. Франції, як справедливо відзначає В. Г. Гак, за всіх часів був властивий «лінгвістичний дирижізм» [1, с. 39], тобто активна участь державних органів (Міністерства освіти, Французької академії) у нормалізації й забезпеченні престижу французької мови. Ціла низка факторів спонукає французькі урядові органи займати активну позицію в галузі створення нових слів і впливати на регулювання появи новотворів навіть в економічній сфері. Вивчення нових слів у французькій мові має давні традиції, більше того, власне слово «неологізм» було запозичено в російську, англійську і німецьку мови з французької мови завдяки працям таких французьких лінгвістів, як Л. Гільбера, А. Гуза, Л. Деруа, Х. Жолі, Ж. Дікі-Кидірі, Ж. С. Корбей, К. Марсія, А. Рей, які вплинули на розвиток неології й за межами Франції.

Неологія складає суперечливу сферу дослідження щодо її завдань і структурної організації. Французький мовознавець А. Рей, головний упорядник словників Робера, у роботі «Essays on Terminology» пропонує своєрідну класифікацію науки про неологізми. Автор виділяє ядро неології, що, на його думку, можна поділити на дві групи: 1) запозичення та інші форми, невмотивовані для більшості мовців; 2) морфологія, що за своєю семантичною структурою відображає глибшу синтаксичну структуру. А. Рей називає три різновиди неології: формальну, семантичну й прагматичну неологію [4]. При цьому формальною неологією автор називає процес, результатом якого є застосування граматичних правил у морфемному ладі мови. Тут фіксуються *euroisation*, за допомогою суфіксів, префіксів і шляхом словоскладання (*sarkoholisme*, *rupturiste*, *mouvementisme*, *euroïsisation*, *écosexuel*), а також абrevіатури й акроніми (*CNRS*, *CAPES*). Він підкреслює, що «формальна неологія – це результат застосування граматичних правил до морфемного закону мови, формальний неологізм може існувати тільки у відношенні з лінгвістичною системою» [4, с. 69]. Під семантичною неологією А. Рей розуміє наявність якихось рис, властивих усім неологізмам без винятку: запозиченням; морфологічним неологізмам; неологізмам, утвореним синтагматичним шляхом; акронімам; абrevіатурам. Слід відзначити, що неологізм неможливо уявити поза мовним процесом, на який впливають старі лексичні значення слова, обмежені підсистемами мови: діалектом, соціальним колом, нормою вживання. Прийняття неологізму в суспільстві залежить від індивідуального творчого потенціалу одиниці [4, с. 71].

Саме існування різних трактувань основної одиниці неології – неологізму – зумовлює різні напрями вивчення цього явища: структурно-семантичного, соціо- і психолінгвістичного, структурного, денотативного й інших.

Більшість досліджень з неології виконано в руслі традиційної наукової парадигми – структурно-семантичного напрямку в лінгвістиці. Основна мета таких робіт полягає в описі нових фактів мови й мовлення, їхній структурно-семантичній характеристиці, визначенні способів утворення й особливостей уживання, у класифікації новотворів, у виявленні місця неологізмів у системі сучасної французької мови, у визначенні того впливу на структуру мови. Останніми десятиліттями активізувався соціолінгвістичний напрям у неології. Характер інноваційних процесів у сучасній французькій мові полягає в тому, що неогенний бум супроводжується активізацією й інтенсифікацією запозичення (особливо з англійської мови), жаргонізацією та вульгаризацією мови. Відзначається значний вплив спеціальних субмов, особливо жаргонів і терміносистем (наприклад, комп'ютерної, економічної, політичної й іншої термінології) на сучасну французьку літературну мову. У межах соціолінгвістичного напрямку розглядаються також питання розвитку лексичної підсистеми мови, які зумовлені плином соціально-економічних і політичних перетворень, які відбуваються в суспільстві.

Водночас останніми роками була усвідомлена недостатність дослідження нового слова в рамках як аналізу абстрактної лексико-семантичної системи мови, так і аналізу соціальних властивостей окремого слова, «виключає» носія мови, людського фактора з проблем неології. Антропоцентризм сучасної лінгвістики, зумовлений усвідомленням того, що людська мова не може бути зрозумілою й бути поясненою поза зв'язком з її творцем і користувачем, привів до появи робіт з неології, які виконані в межах комунікативної лінгвістики, зокрема, когнітивного напрямку.

Когнітивний напрям у неології перебуває в стадії становлення, формування. Робляться спроби проаналізувати структури знань, які стоять за неологізмами, і їхній вплив на мовну й концептуальну картини світу сучасного носія мови. Особливо активно розробляється проблема виявлення нового знання, властивого неологізмам, специфічності інформації, яка пов'язана з ними.

Отже, усебічний аналіз неологічного матеріалу та дослідження напрямків у неології в подальшому дасть змогу виробити сучасну концепцію неологізму як феномену мовної системи.

### Література:

1. Гак В. Г. О современной французской неологии // Новые слова и словари новых слов. – Л., 1978. – С. 6-9.
2. Гумбольдт В. фон. Избранные труды по языкознанию: Пер. с нем. – М.: Прогресс, 1984. – 397 с.
3. Сенько Е. В. Неологизация в современном русском языке конца XX века: Межуровневый аспект: дис. ... доктора филол. наук: 10. 02. 01 / Е. В. Сенько. – Волгоград, 2000. – 430 с.
4. Rey A. Essays on Terminology. – Amsterdam; Philadelphia, 1995.
5. Robert. P. Le Petit Robert: Dict. le Robert / 2 ed. – Paris, 1996. – 2552 p.

**Крутько Т. В.,**

Рівненський інститут слов'янознавства Київського славістичного університету, м. Рівне

## РЕАЛІЗАЦІЯ ПРИЙОМУ ПРОТИСТАВЛЕННЯ У ТЕКСТАХ РЕКЛАМИ

*Стаття присвячена аналізу прийому протиставлення у текстах англомовної банерної реклами. У рекламних текстах протиставлення актуалізується за допомогою антонімів, сполучників, прийменників, категорії заперечення.*

**Ключові слова:** протиставлення, рекламний текст, банерна реклама, антитеза.

*Стаття посвячена аналізу приема противопоставления в текстах англоязычной баннерной рекламы. В рекламных текстах противопоставление актуализируется с помощью антонимов, союзов, предлогов, категории отрицания.*

**Ключевые слова:** противопоставление, рекламный текст, баннерная реклама, антитеза.

*The article is devoted to the analysis of contrast in banner ads. In banner ads contrast is implemented by means of antonyms, conjunctions, prepositions, the category of negation.*

**Key words:** contrast, copy, banner ads, antithesis.

**Постановка наукової проблеми та її значення.** Реклама є тією соціальною сферою, де мову використовують з метою комунікативного впливу. Кожне рекламне повідомлення (рекламний текст) є складовою рекламного дискурсу, який детермінує вибір певних комунікативних стратегій, мовленнєвих висловлювань та визначає стиль. «Влада дискурсу» виявляє себе в тому, що він охоплює всі можливості для появи певних висловлювань чи дій і, відповідно, має здатність керувати висловлюванням та його направленими [6, с. 164].

Рекламний дискурс вирішує комунікативно-прагматичну задачу, що спрямована на забезпечення надійності, стійкості та ефективності процесу комунікації [5, с. 42]. «Завдання рекламного дискурсу полягає у переконанні адресата у правдивості й істинності рекламного повідомлення та спонуканні його до дії, тому рекламний текст взагалі та текст рекламного банера зокрема є утворенням, яке характеризується інформативністю, образністю, експресивно-сугестивним забарвленням, що досягається шляхом ефективного використання мовних засобів, покликані вплинути на адресата» [3, с. 48]. До таких засобів належить аргументативний прийом протиставлення.

Хоча дослідженню прийому протиставлення у сучасній вітчизняній та закордонній лінгвістиці науковці приділяють значну увагу (М. І. Ільченко, Л. В. Кардаш, Н. С. Римарева, З. А. Юсупова), окремих лінгвістичних робіт, присвячених аналізу прийому протиставлення у текстах банерної реклами на матеріалі англійської мови не існує. З огляду на це, вивчення прийому протиставлення у текстах банерної реклами є **актуальним** та своєчасним.

**Об'єкт дослідження** – креолізовані тексти англомовної банерної реклами, дібраної методом суцільної вибірки з Інтернет-ресурсів.

**Предмет дослідження** – засоби реалізації прийому протиставлення у текстах англомовної банерної реклами.

**Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження.** У дискурсі реклами протиставлення є важливим композиційним прийомом, який реалізує принцип бінарності. Бінарні опозиції відображають схильність людини до структурування елементів навколишнього світу за принципом парності. Саме тому бінарні структури, які є легшими для сприйняття логічно і психологічно, прагматично спрямовані і мають великий переконуючий потенціал [1, с. 95].

За словами А. Д. Белової, бінарні опозиції разом зі своїми стилістичними та атрактивними функціями у рекламних текстах представляють раціональну аргументацію [2, с. 40]. Завдяки їх використанню у рекламі копірайтери досягають підсилення ілюкативного потенціалу повідомлення, оскільки наближають мову реклами до мови приказок та прислів'їв, які є одним із найстаріших способів збереження та передачі інформації, що зумовлено простотою їх композиції та зорієнтованістю на автоматичне сприйняття: *Part time work – FULL TIME PAY!!!*.

У банерній рекламі протиставлення здійснюється головним чином на основі антонімічних опозицій (узуальних чи оказіональних), виражених:

(а) іменниками:

**goodbye – hello:** *Say goodbye to video stores say hello to Zip. ca;*

**man – animal:** *He wasn't much of a man... Now he's not much of an animal;*

**minimum – maximum:** *Minimum Balance. Maximum Appeal;*

(б) займенниками:

**everything – nothing:** *Be thankful for everything, for soon there will be nothing;*

**you – we:** *The Data is your business, storing it is ours; What you print is your business. How you print is ours; We keep them on-line. You keep them in line;*

(в) прикметниками:

**easy – hard:** *A good doctor is hard to find... an amazing one is easy;*

**good – bad:** *Good Cause. Bad Attitude; The Bad News... The Good News;*

**high – low:** *High Quality Printer Consumables at Low Prices!;*

**many – little:** *So many occasions...so little time;*

**more – less:** *Earn More Profits in Less Time; See more for less; More Traffic Less Cost; More carrots, Less cake; More books. Less bucks;*

**old – new:** *bland old planet brand new planet; out with the old, in with the new;*

**ordinary – extraordinary:** *Ordinary people extraordinary adventures; Ordinary people are truly extraordinary;*

**small/little/tiny – large/big/huge:** *Small town. Big problem; think small – live LARGE; Small Price Huge Benefits;*  
(г) дієсловами:

**love – hate:** *Love renting DVDs? Hate the late fees?;*

**sell – save:** *We sold our first camera in 1888. But we saved the cool stuff for 2000. shop@kodak the online store;*  
(г) прислівниками:

**everywhere – nowhere:** *Be everywhere Go nowhere;*

**here – there:** *Look for offers in here. And save big out there!;*

**out – in:** *out with the old, in with the new;*

**today – tomorrow/tonight:** *Sign up Today Have Better Credit Tomorrow; Shop Today. Sleep Better Tonight;*

**yes – no:** *Say Yes to No;*

(д) прийменниками:

**– on – off:** *Get Off The Floor Get On The Wall.*

У деяких випадках протиставлення може бути виражене лише формально: *Cool Web Servers... Hot Deals; Hot Talent. Cool Jobs. Top-Notch Services.* Лексеми *cool, hot* є антонімами у значеннях «прохолодний» та «гарячий», проте у рекламних слоганах одиниці функціонують у значенні «чудовий, привабливий, принадний», тобто є синонімами.

Аналіз емпіричного корпусу свідчить, що серед лексичних одиниць, які є елементами протиставлень, домінують прикметники, які реалізують аксіологічні опозиції «хороший/поганий», «звичайний/незвичайний», «великий/малий». Ці та інші антонімічні протиставлення є засобами формування антитези – риторичної фігури, що полягає у зумисне підкресленому зіставленні двох протилежних, але пов'язаних між собою понять, явищ, речей, ідей та образів для підсилення вражень, для більшої переконливості [4, с. 367]. Суть антитезного методу полягає в тому, що в протилежностях шукається та ознака, в якій вони рівні одна одній [4, с. 369].

Оскільки антитеза заснована на контрастному порівнянні, вона ефективніша від прямого порівняння [1, с. 16]. Як контрастивний образний засіб антитеза використовується для виокремлення та акцентування переваг предмета рекламування, а також для надання повідомленню додаткової експресивності. Традиційно у рекламних текстах банерів використовують утворену на основі однієї антонімічної пари просту антитезу у поєднанні з синтаксичним паралелізмом. Випадки використання складної антитези, тобто антитези, утвореної на основі декількох антонімічних пар, є одиничними: *out with the old, in with the new.*

У рекламному дискурсі протиставлення спирається на його автоматичне сприйняття і тому повинно виражатися надзвичайно просто [1, с. 98]. Окрім антонімів, значення протиставлення передає простий поліфункціональний сполучник *but*, який створює контрпозицію, відрізняючи один компонент від іншого. Як засіб вираження протиставлення сполучник *but* використовується у рекламних текстах для впровадження чи уточнення інформації:

*She loves me. But does she love My Yahoo? Click here to fall in love;*

*There's no magic in creating professional animated GIF files but it helps to know where to rub the lamp.*

Окрім того, сполучник *but* є засобом підкреслення антонімічності значень лексичних одиниць: *We sold our first camera in 1888. But we saved the cool stuff for 2000. shop@kodak the online store;*

У рекламних текстах протиставлення актуалізується також у граматичній категорії заперечення, оскільки «будь-яке протиставлення можна представити у вигляді опозиції за допомогою контрарного чи контрадикторного заперечення» [1, с. 90]. Граматичною конструкцією, яка експлікує протиставлення, є приєднувальний парний сполучник *not only...but also*, деякі елементи якого можуть випускатися: *We not only have an ear for sound We listen to our customers!*

Заперечна частка *not* у поєднанні з лексемами, які вступають в антонімічні зв'язки у певному рекламному тексті, є ще одним засобом реалізації прийому протиставлення. Так, у рекламному тексті *For peace of mind...not an identity crisis!* одиниці *peace, crisis* є контекстуальними антонімами, які у поєднанні з часткою *not* складають основу формування протиставлення.

У рекламних текстах протиставлення знаходить своє відображення у застосуванні маркера протиставлення – прийменника *versus*: *God Bless America This will be a monumental struggle of good versus evil, but good will prevail.* В аналізованому рекламному тексті аргументативний аспект протиставлення реалізується за допомогою конвенціонально закріплених у системі мови антонімів *good – evil*, з'єднаних прийменником *versus*, та сполучника *but*, який передає значення протиставлення.

Окрім прямої реалізації бінарних опозицій, у рекламних текстах фіксуються численні випадки втілення непрямих опозицій, наприклад, опозицій *old-new, now-then*: *The new Celica Action Package. Looks Fast; AutoStore Buy online now!* Прикметник *new*, який має позитивні оцінні конотації, часовий дейктик *now* імплікують протиставлення сучасного з минулим, яке отримує негативну характеристику.

В англомовних текстах банерної реклами зустрічаються випадки поєднання експліцитного та імпліцитного протиставлення: *Say goodbye to raccoon eyes and hello to the three new smudgeproof mascaras from Cover Girl. Now mascara stays in place, not on your face. Want to know more? Click here.* В аналізованому рекламному тексті застосовані прямі бінарні опозиції, актуалізовані за допомогою антонімічних пар *goodbye-hello, in place-on face*, непрямі опозиції *old-new, now-then*, у яких експлікується лише один компонент протиставлення *new, now*, а також граматична категорія заперечення. Внаслідок цього відбувається підкреслення переваг рекламованого товару: тепер туш не осипається, як раніше, а залишається на віях.

Таким чином, протиставлення як засіб акцентуації уваги адресата на перевагах предмета рекламування є сильним за афективною дією прийомом, який широко застосовують у текстах банерної реклами.

**Висновки.** Проведене дослідження дало змогу виявити, що протиставлення, виражене за допомогою прямих та непрямих бінарних структур, актуалізованих головним чином за допомогою антонімів, а також протиставних

сполучників, прийменників, граматичної категорії заперечення, є надійним засобом реалізації прагманастанови рекламного тексту на переконання та стимулювання адресата реклами на його зворотню реакцію.

**Перспективою подальшого дослідження** може бути аналіз прийому протиставлення в інших типах Інтернет-дискурсу.

**Література:**

1. Белова А. Д. Лингвистические аспекты аргументации: [монография] / Алла Дмитриевна Белова. – К., 1997. – 311 с.
2. Белова А. Д. Реклама автомобилей Mercedes-Benz: принципы и составляющие / А. Д. Белова, О. А. Васильева // Лінгвістика ХХІ століття: нові дослідження і перспективи / НАН України. Центр наукових досліджень і викладання іноземних мов; [редкол.: А. Д. Белова (голов. ред.) та інш.]. – К. : Логос, 2008. – С. 37-45.
3. Крутько Т. В. Англomовна реклама у віртуальному просторі: дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04 / Тетяна Валеріївна Крутько. – Рівне, РІСКСУ, 2006. – 216 с.
4. Мацько Л. І. Стилiстика української мови: [пiдруч. для студ. вузiв] / Л. І. Мацько, О. М. Сидоренко, М. О. Мацько. – К. : Вища шк., 2003. – 462 с.
5. Ребрій О. В. Прагматичний аспект перекладу рекламних текстiв / О. В. Ребрій // Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна: [зб. наук. праць]. – 2003. – № 609. – С. 41-45.
6. Чернявская В. Е. Научное познание – «власть дискурса» (Лингвистическое осмысление преждевременных научных открытий) / В. Е. Чернявская // Стереотипность и творчество в тексте: [межвуз. сб. научн. трудов] / Отв. ред. М. П. Котюрова. – Пермь : Перм. ун-т, 2004. – С. 162-173.

**Кушнерова О. А.,**  
Київський національний лінгвістичний університет, м. Київ

## ВІРШОВАНИЙ ТЕКСТ ЯК РЕЗУЛЬТАТ ЗМІНЕНОГО СТАНУ СВІДОМОСТІ АВТОРА

*У статті проаналізовано віршований текст як результат зміненого стану свідомості автора, описано процес віршотворення, представлено його широке та вузьке розуміння та визначено три його етапи.*

**Ключові слова:** віршований текст, віршотворення, змінені стани свідомості.

*В статье анализируется стихотворный текст как результат измененного состояния сознания автора, описывается процесс стихообразования, представлено его широкое и узкое понимание и определяются три его этапа.*

**Ключевые слова:** стихотворный текст, стихообразование, измененные состояния сознания.

*The article deals with the analysis of the poetic text as the author's altered states of consciousness reflection, defines the poetry writing process, presents its wide and narrow interpretation, identifies its three stages.*

**Key words:** poetic text, poetry writing, altered states of consciousness.

Теорія творення художнього тексту, що вивчає способи реконструкції концептуальних структур авторської свідомості й когнітивні механізми текстопобудови, характеризується тенденцією до витлумачення понять «віршотворення», а у класичному розумінні «віршоване мовлення» та «віршований текст». Так, термін «віршотворення» («poetry writing») уведений Т. Еліопулос та Т. Моффетт у роботі «Все про написання поезії» [36] на позначення процесу творення віршованого тексту. У класичному розумінні віршотворення ототожнюється з віршованим мовленням, що за визначенням Л. Дмитрієвої, відрізняється специфічним членуванням тексту на відносно короткі інтонаційно-ритмічні відрізки (вірші) [14, с. 4]. Продуктом такого мовлення є віршований текст, який розглядається Ю. Лотманом як ритмічна послідовність окремих слів (знаків), об'єднаних автором у результаті художньої імпровізації [23, с. 116].

Традиційно процес творення віршованого тексту вивчався крізь призму поняття «віршоване мовлення» (В. Вейдле, М. Гаспаров, В. Жирмунський, Б. Томашевський) і привертая увагу представників класичної лінгвопетики. Ще в «Поетиці» Аристотель підкреслив, що тільки «здібні люди можуть творити поезію» [2, с. 649]. На думку філософа, поезія, за допомогою якої автор передає свої внутрішні почуття та емоції, – це «доля обдарованої природою чи схильної до божевілля людини» [1, с. 1090].

**Віршоване мовлення** у порівняно тотожних інтерпретаціях науковців витлумачується як різновид художнього та поетичного мовлення, яке здатне впливати на емоційний стан слухача [15, с. 36] і, на думку Б. Томашевського, є певним «новоутворенням» [30, с. 33], що характеризується новизною у вживанні слів, які набувають нових значень та асоціацій [там само].

Узагальнюючи позиції науковців щодо онтологічної природи цього феномена, можна констатувати існування його широкого та вузького розуміння. Так, *широке* розуміння віршованого мовлення визначається як «процес виторкання мови для вираження думок, почуттів та спостережень» [34, р. 5]. Натомість *вузьке* його визначення витлумачується як «конкретно-чуттєва словесна оболонка» віршованого тексту [9, с. 176], «підкреслено індивідуалізована форма мовлення, що емоційно увірадно оцінює ставлення мовця до предмета його висловлювання з розрахунком на естетичне враження» [там само, с. 169].

Ірраціональним началом, що зумовлює виникнення художніх образів, які, на думку В. Халізева, «згущують, концентрують суттєві для автора сторони життя заради оцінного осмислення» [32, с. 113], є **пресупозиційний етап (когнітивна основа)** віршованого мовлення. Але, як слушно зауважують Т. Еліопулос та Т. Моффетт, «одного бажання написати віршований текст замало» [36, р. xi–xii], «поезія сама має йти з глибини душі і тим самим дивувати автора» [там само, р. xii].

За словами російської поетеси Віри Полозкової, цей процес вимагає кропіткої розумової діяльності [7]. «Усе починається з пари рядків, двох-трьох рим, які, потім починають обрамлятися строфами, – так наче готують цукрову вату. Згодом вони отримують місце відповідно до сюжету, який не одразу є зрозумілим» [там само].

Т. Еліопулос та Т. Моффетт, які ототожнюють поезію зі справжнім «божественним божевіллям та пристрасно» [36, р. xi], детально аналізують причини натхнення, що передують процесу віршотворення, серед яких: кохання та розчарування у ньому, спостереження за природою, подорожі, відкриття чогось нового (у собі чи комусь іншому), гарний настрій, роздуми про смерть, а найголовніше – розгортання внутрішнього світу [там само, р. x], оскільки «більша частина роботи поета відбувається не у свідомості, а у підсвідомості; а у світле поле свідомості її виводить філолог» [11, с. 18].

Схожу позицію поділяє і сучасна російська поетеса Ірина Астахова, яка зазначає, що причини «цього процесу завжди різні, але часто це сильне душевне переживання. Вірш завжди народжується з серця. Це – фотокартка, момент, який вдалося зберегти, запам'ятати та записати» [17].

Саме бажання звільнитися від колишніх переживань [36, р. 1] зумовлює появу образів, які автор воліє втілити у віршованому тексті. Більшість поетів «малює» віршований текст з пам'яті, яка є безмежним джерелом натхнення» [там само, р. 7]. Спираючись на Б. Гаспарова, відзначимо, що така мовленнєва діяльність пройнята блоками-цитатами з попереднього мовленнєвого досвіду [10, с. 120]. Отриманий у результаті віршований текст виявляється огорненим образами, що «мерехтять» у свідомості автора: одні – виразно і розбірливо, інші – у дещо редукованій та видозміненій формі, а деякі – у вигляді легкого ремінісцентного натяку [там само, с. 121].

Так, процес уведення образів та цитат з попереднього мовленнєвого досвіду дістав назву «інтертекстуальність» (Ю. Крістева [37]), а цитати – «інтертекст» (М. Бахтін [4]). За визначенням Н. Фатеевої, інтертекстуальність як

смысловорча і формотворча складова художнього твору та один із засобів вираження авторської свідомості [19, с. 5-6] – це спосіб генезису власного тексту і постулат власного поетичного «Я» крізь складну систему відношень опозицій, ідентифікації та маскуванню текстами інших авторів (тобто інших поетичних «Я»)» [31, с. 13-14].

Оскільки джерелом авторської інтертекстуальності є емоції та переживання, то у нашому дослідженні було б доцільно розглядати поняття «автоінтертекстуальність», коли «під час породження нового тексту, система опозицій ідентифікацій та маскуванню діє уже у структурі ідіолекту певного автора, і тим самим створює багатовимірність його «Я». Таким чином, у процесі віршотворення другим «Я» поета, з яким він вступає у діалог, може бути як поет-попередник, так і він сам» [там само, с. 14]. Це зумовлено тим, що «процес творення віршованого тексту як самостійної сутності впливає на творчу свідомість автора. Свідомість змінюється тоді, коли поет повідомляє світові певну інформацію, і автор як перший читач вступає у вторинну взаємодію з текстом» [8, с. 73].

Емоції і переживання як потреба виплеснути свій душевний стан сприяють *спонтанності* та *неконтрольованості* процесу віршотворення, зумовленого «непроханою музою, яка виступає духом, сутністю та джерелом натхнення» [36, р. 23].

Саме цю ідею підтримує С. Лін, який зауважує, що «людина, яка почала працювати над віршованим текстом, вже не є тією, якою була до цього» [38, р. 4]. Змінність стану свідомості зумовлюється музою і «розгортанням нових почуттів, бажань та плином креативної енергії» [там само]. «Мозок людини, – за його словами, – у такому відірваному та абстрактному стані перебудовує себе, час уповільнюється, а робота над віршованим текстом потребує входження у сакральний та божественний позачасовий простір безмежних можливостей» [там само].

Характерною особливістю процесу віршотворення є те, що цей процес завжди має *медитативний початок* чи «підтекст» [32, с. 348-349], у той час, коли стани свідомості людини втілюються по-різному: «прямо та відкрито, в сердечних зізнаннях і відвертих монологах, сповнених рефлексії, або ж опосередковано, у формі зображення зовнішньої реальності чи компактною розповіді про якусь подію» [там само, с. 348].

Медитативний стан, викликаний «глибокими та напруженими роздумами» [32, с. 348], впливає на настрої та свідомість автора. Якщо звичайний стан ототожнюється з «затмареністю» свідомості [25, с. 31], то медитативний, який потребує «відокремлення від реального світу» [там само, с. 32], – це «відкриття вищої реальності, відмова від понятійного мислення та споглядання на власну природу» [там само]. Такий стан, на думку Л. Мордвинцевої, дозволяє «дістатися іншого берега» [там само] і є тим визначальним фактором, який зумовлює зміну звичного ритму. Як спів передує пісні, так і процесу віршотворення передує характерна *ритмічність* моделювання віршованого тексту [6, с. 401]. Так, «ритм написання, – за С. Коехен, – заспокоює свідомість і тим самим відкриває поету всі скарби, що покояться у його внутрішньому світі» [35, р. 18].

В. Маяковський у нарисі «Як робити вірші» ритмізований процес творення віршованого рядка пояснює так: «Я ходжу, махаю руками, мугикаю майже без слів. То прискорюю, то уповільнюю свої кроки. Саме таким чином у свідомості виникає певна ритміко-інтонаційна звукова тканина – основа будь-якого віршованого тексту. Звідки приходиться цей ритм – невідомо [24]. Поет зауважує, що «не знає чи існує ритм поза ним самим, але для пробудження цього ритму, – за його словами, – має бути певний поштовх» [там само], зумовлений появою образу.

Віршоване мовлення несумісне з нейтральністю тону, тому на перший план виходять семантико-фонетичні ефекти у їх тісному зв'язку з напружено-динамічною ритмікою [32, с. 349]. Мовленнєва експресія, характерна для віршованого мовлення, як відмічає В. Халізев, доводиться автором до максимальної межі сміливих, гнучких і насичених сполучень інтонацій та ритмів [там само]. У переповненому експресією віршованому мовленні ХХ ст. звична логічна упорядкованість час від часу переходить на периферію [там само]. Необхідно підкреслити, що «поет небайдужий до звуків» [15, с. 42], які, на думку В. Жирмунського, є засобами художньої виразності» [там само]. Звукова форма віршованого мовлення упорядкована та організована тому, що саме «особливий вибір та специфічне розташування звуків відрізняють віршоване мовлення від прозаїчного» [там само].

Оскільки віршоване мовлення, за визначенням «Словника лінгвістичних термінів», характеризується рівномірним чергуванням довгих та коротких складів, прискорення та уповільнення темпу, піднесення та пониження тону і т. ін. [3, с. 386], то саме ритм як характерна реакція на зміни у сенсорних, перцептивних, когнітивних, мотиваційних та афективних відношеннях [5, с. 405] зумовлює форму віршованого мовлення і, як наслідок, віршованого тексту.

«Характерною ритмізованою одиницею, що повторюється у віршованих творах усіх систем віршування, – за словами В. Холшевникова, – є вірш» [33, с. 9], що «додає ритмічної заокругленості, завершеності і завжди ототожнюється з досконалістю та красою» [21, с. 779]. Як слушно зауважує О. Галич, потрібне не тільки досконале володіння мовою, а й досконалість думки, якою ця мова живе, що, зрештою, і визначає самотність її характеру [9, с. 176]. Лірична експресія, характерна для віршованого мовлення, «дає про себе знати під час відбору слів, у синтаксичних конструкціях, а найголовніше, у фонетико-ритмічній побудові тексту» [32, с. 349], що «має власну семантичну значущість» [18, с. 330].

Така фонетико-ритмічна побудова тексту визначається крізь призму:

– *метрико-ритмічної системи* віршованого тексту, що складається з таких одиниць, як: *метр* та *розмір віршованого тексту* [12, с. 12-13];

– *евфонії (фоніка, інструментування)*, основними елементами якої є [21, с. 1144]: *алітерація, асонанс, звуковий паралелізм, ономаіопея, звуковий символізм та звукові асоціації* [12, с. 16].

«Поезія повинна підказувати слухачу ліричний настрій звуками слова, а не його логічним матеріальним змістом» [15, с. 113], оскільки саме фонетико-ритмічна побудова, за М. Гаспаровим, накладається на слова віршованого тексту і надає йому семантичної глибини [12, с. 17].

Наступний етап *лексико-граматичного наповнення* відбувається тоді, коли «поет починає «накладати» слова» на ритміко-інтонаційну тканину вірша [18, с. 330]. В. Маяковський процес підбору лексичних одиниць по-

рівнює з сотнею примірок зубної коронки, «по завершенню чого у нього сльози з очей – чи то від болі, чи то від полегшення» [24]. «Деякі слова, – на його думку, – відлітають і ніколи не повертаються, інші затримуються, перевертаються, вивертаються десятки раз доти, доки автор не відчує, що вони опинилися на своєму місці» [там само]. «Першими з'являються головні, що характеризують зміст твору, чи ті, які підлягають римуванню. Коли заповнення рядка тими чи іншими словами зумовлює зміну ритму, тоді автору доводиться усе перекроювати, а робота починає доводити його до нестями» [там само].

«Коли перший чотиривірш написано, то поет роздумує над тим, скільки таких потрібно і яким чином їх розподілити для кращого ефекту» [там само]. «Кількість чотиривіршів-цеглинок, – за В. Маяковським, – залежить від того, наскільки велика та складна тема вірша» [там само]. Коли такі «цеглинки» напрацьовано, автор починає їх приміряти, ставити на те чи інше місце, прислуховуватися до їхнього звучання і уявляти, яке враження вони справлятимуть на читача [там само]. Російський поет підкреслює, що «це, звісно, надто спрощений і схематизований варіант творення віршованого тексту, але робота відбувається саме за такою схемою» [там само].

Хоча в організації тексту беруть участь одиниці всіх рівнів, все ж, головна роль та вся «сила художнього впливу», за В. Задорною, належить слову [16, с. 115], яке стає «зряддям образного мислення» [там само]. «Такі слова, – стверджує В. Вейдле, – мають звучати» [6, с. 134]. Але тут йдеться не про звуки, а про силу смислу вжитих слів, оскільки неповторність віршованого мовлення залежить від того, якою мірою поет «використовує лексичний запас мови, наскільки вміло користується всіма її мовленнєвими шарами <...>» [9, с. 176]. «Слово, що використовується у незвичайній асоціації, отримує нове значення, але при повторенні аналогічних конструкцій ця новизна може зникати» [30, с. 33]. Тому в основі поетичної лексики, на думку Б. Томашевського, лежить:

– поновлення словесних асоціацій, яке досягається шляхом **запозичення слів** з іншого лексичного середовища [там само]: *варваризми, діалектизми, архаїзми, історизми, неологізми, екзотизми, прозаїзми, жаргонізми, професіоналізми, арготизми, просторіччя, термінологізми, канцеляризм;*

– **змінення значення слова** [там само, с. 51] за допомогою засобів контекстуально-синонімічного увиразнення мовлення (тропи): *епітет, порівняння, метафора, метонімія, синекдоха, перифраз(а), евфемізм, антономазія, асоціонім, іронія, гіпербола, літота;*

– **підбір відповідних синтаксичних конструкцій** [там само, с. 67] шляхом зміни узуального значення, незвичного узгодження слів та їх порядку, що досягається за допомогою *інверсії, анаколуфа, еліпсиса, асидентона, полісидетона, плеоназми, тавтології, синтаксичного паралелізму, анафори, епіфори, анепіфори, епанафори, ампліфікації, градації, параномазії, антитези, оксюморона, риторичних фігур.*

Зазначимо, що художня своєрідність мовленнєвої організації віршованого мовлення характеризується специфічним відбором або ж творенням слів і форм їх синтаксичного сполучення, що вводяться у текст й увиразнюють його емоційно-смислово та комунікативну спрямованість [9, с. 176]. Так, спеціально підібрані поетом слова, на думку О. Галича, сприймаються як відступ від узвичаєної норми, порушують передбачувану та очікувану нормативність форми словесного вираження, затримують на собі увагу і сприяють збудженню творчої уяви, що викликає емоційні переживання у читача [там само, с. 176-177].

Лексеми, словосполучення та речення, використані у процесі мовного моделювання віршованого тексту, – це засоби вербалізації / репрезентації концепту [27, с. 38], глибинного змісту, згорнутої смислової структури тексту як втілення інтенції та мотиву діяльності автора» [20, с. 57], який «отримує досвід, трансформує його в певні концепти, логічно пов'язує їх між собою і утворює концептуальну систему» [26, с. 21]. Така система – результат етапу **концептуалізації**, тобто «осмислення й упорядкування <...> внутрішнього рефлексивного досвіду людини й уявлень про об'єкти, явища дійсності та їх ознаки [28, с. 298] і утворення певних уявлень про світ у вигляді концептуальних моделей [13, с. 18].

На цьому етапі спостерігається «фіксація певного концепту за мовним знаком і формування семантичного простору мови» [28, с. 298]. Оптимальним засобом вербалізації такого концепту є текст [27, с. 83]. За твердженням Ю. Степанова, «текст є зразком концепту, у зв'язку з тим, що останній наділений чистою думкою – емоцією» [29, с. 141]. Так, на думку дослідника, «існує не література, а концепти, організовані нею» [там само, с. 261–262], що «проникають в атмосферу – театральну постановку, сцену, кінофільм, ілюстрацію у книзі і т. д. «[там само, с. 262]. Концепт як предмет переживань автора, що викликає відповідні емоції [26, с. 18], існує у вигляді картинок, схем, понять, фреймів, сценаріїв, гештальтів і утворює «чисто мисленнєву сферу» – концептосферу [27, с. 89], характеризує авторський вибір концептуальних пріоритетів і формує індивідуально-авторську картину світу в художньому творі, яка визначається естетичними домінантами письменника» [28, с. 298].

На етапі концептуалізації відбувається розширення значення слова, а сам концепт «залишає можливості для співтворчості, роздумів та фантазування над емоційною аурую слова» [22, с. 281–282].

Так, **характерними етапами** процесу віршотворення є:

- 1) етап пресупозиції, сповнений переживаннями та емоціями автора:
  - етап спонтанності та неконтрольованості як вияв ЗСС автора;
  - етап медитації, тобто творення художнього образу;
  - етап виникнення ритміко-інтонаційної тканини віршованого тексту;
- 2) етап лексико-граматичного наповнення;
- 3) етап концептуалізації.

Готовим продуктом віршованого мовлення, як уже зазначалося вище, є **віршований текст**, який, на думку Ю. Лотмана, – становить «окреме завершене і внутрішньо самостійне ціле» [23, с. 20], що розглядається як «організована семіотична структура» [там само, с. 28]. Віршований текст, за словами вченого, є «цілою системою» [там само, с. 91], а його мова вимірюється не сотнями тисяч слів, а тими десятками чи сотнями, вжитими у ньому [там само, с. 91]. Зважаючи на це, кожна лексична одиниця витлумачується як знак, що має самостійне значення



[там само, с. 97]. Проте, необхідно підкреслити, що знаком може бути не тільки кожне слово, але і сам текст. У цьому сенсі вірш розглядається як особливе оказіональне слово, що має єдиний та нерозчленований зміст [там само]. Таким чином, «віршований текст – це одночасно і послідовність слів і *слово*, значення якого не дорівнює механічній сумі значень його компонентів» [там само].

Віршований текст – одночасна послідовність фонологічних одиниць (що сприймаються розділеними та окремо існуючими) та послідовності слів, які виступають згуртованими єдностями фонемосполучень» [там само, с. 62]. Він підпорядковується всім правилам мови, але має певні обмеження: «вимоги дотримання метро-ритмічної норми, організованість на фонологічному, римованому, лексичному та ідейно-копозиційному рівнях» [там само, с. 45-46].

Як висновок, зазначимо: процес віршотворення витлумачується як різновид художнього мовлення, позначеного ритмічністю, підвищеною емоційністю та образністю, результатом якого є віршований текст, що розглядається як семіотична структура. Так, процесу творення віршованого тексту властивими є такі три етапи: 1) пресупозиційний етап (когнітивна основа), сповнений емоціями та переживаннями автора, які зумовлюють виникнення художніх образів, що впливають на зміну стану свідомості автора. При ЗСС у свідомості поета виникає специфічна ритміко-інтонаційна тканина майбутнього твору, що складається з метрико-ритмічної системи та словесного інструментування; 2) етап лексико-граматичного наповнення характеризується накладанням слів на ритміко-інтонаційну тканину вірша. Такі слова використовуються у незвичних асоціаціях і отримують нових значень шляхом запозичення слів, зміни їх значення, а також добору відповідних синтаксичних конструкцій; 3) етап концептуалізації, на якому відбувається фіксація текстового концепту за мовним знаком і формування концептосфери віршованого тексту.

### Література:

1. Аристотель. Об искусстве поэзии // Аристотель. Этика. Политика. Риторика. Поэтика. Категории. – Минск : Литература, 1998. – С. 1064-1112.
2. Аристотель. Сочинения: в 4-х т. / [общ. ред. А. И. Доватура]; [пер. с древнегреч.]. – М. : Мысль, 1983. – Т. 4. – 830 с.
3. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов / Ольга Сергеевна Ахманова. – М. : УРСС, 2004. – 569 с.
4. Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества / Михаил Михайлович Бахтин. – М. : Искусство, 1986. – 445 с.
5. Бургиньон Э. Измененные состояния сознания / Э. Бургиньон; [пер. А. Б. Щербаковой] // Личность, культура, этнос: современная психологическая антропология / [под ред. А. А. Белика]. – М. : Смысл, 2001. – С. 405-461.
6. Вейдле В. В. Эмбриология поэзии: Статьи по поэтике и теории искусства / Владимир Васильевич Вейдле; [сост., комментарии и послесл. И. А. Доронченкова]. – М. : Языки славянской культуры, 2002. – 456 с.
7. Вера Полозкова [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://vera-polozkova.ru/>
8. Волькенштейн Н. Стихи как сложная информационная система / Н. Волькенштейн // Наука и жизнь. – 1970. – № 1. – С. 72-78.
9. Галич О., Назарець В., Васильев Є. Теорія літератури: [підручник] / [за наук. ред. О. Галича]. – К. : Либідь, 2001. – 448 с.
10. Гаспаров Б. М. Язык, память, образ. Лингвистика языкового существования / Борис Михайлович Гаспаров. – М. : «Новое Литературное Обозрение», 1996. – 352 с.
11. Гаспаров М. Л. Избранные труды: в 3-х т. / Михаил Леонович Гаспаров. – М. : «Языки русской культуры», 1997. – Т. II: «О стихах». – 504 с.
12. Гаспаров М. Л. Современный русский стих. Метрика и ритмика / Михаил Леонович Гаспаров. – М. : Наука, 1974. – 488 с.
13. Герцовська Н. О. Лексико-семантичне поле УСПІХУ як складова категоризації і концептуалізації дійсності (на матеріалі англійської та української мов): дис. ... канд. філол. наук: 10.02.17 / Герцовська Наталія Олексіївна. – Ужгород, 2011. – 206 с.
14. Дмитриева Л. С. Основы русского стихосложения: [учебное пособие для студентов гуманитарных специальностей] / Лилия Степановна Дмитриева. – Донецк : ООО «Норд-Компьютер», 2009. – 63 с.
15. Жирмунский В. М. Поэтика русской поэзии / Виктор Максимович Жирмунский. – СПб. : Азбука-классика, 2001. – 496 с.
16. Задорнова В. Я. Слово в художественном тексте / В. Я. Задорнова // Язык, сознание, коммуникация: [сб. ст.] / [отв. ред. В. В. Красных, А. И. Изотов]. – М. : МАКС Пресс, 2005. – Вып. 29. – С. 115-125.
17. Ира Астахова: [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://otkroi.blogspot.com/2012/06/httpiraastahova.html>
18. Карасик В. И. Языковые ключи: [монография] / Владимир Ильич Карасик. – М. : Гнозис, 2009. – 406 с.
19. Кобзар О. І. Інтертекстуальність у драматургії Михайла Булгакова: автореф. дис. ... канд. філол. наук: спец. 10.01.02 «Російська література» / О. І. Кобзар. – Сімферополь, 2005. – 20 с.
20. Красных В. В. От концепта к тексту и обратно / В. В. Красных // Вестник Московского университета. Серия: «Филология». – 1998. – № 1. – С. 57.
21. Литературная энциклопедия терминов и понятий / [гл. ред. и сост. Николюкин А. Н.]. – М. : НПК «Интелвак», 2001. – 1600 с.
22. Лихачев Д. С. Концептосфера русского языка / Д. С. Лихачев // Русская словесность. От теории к структуре текста: [антология] / [под ред. Проф. В. П. Нерознака]. – М. : Academia, 1997. – С. 280-287.
23. Лотман Ю. М. О поэтах и поэзии / Юрий Михайлович Лотман. – СПб. : «Искусство-СПБ», 1996. – 848 с.
24. Маяковский В. Как делать стихи? [Электронный ресурс] / В. Маяковский. – Режим доступа : <http://www.stihirus.ru/1/Mayakovskiy/200.htm>
25. Мордвинцева Л. П. Измененные состояния сознания: современные исследования: [научно-аналитический обзор] / [под ред. А. И. Панченко]. – М. : ИНИОН, 1995. – 56 с.

26. Погосян Р. Г. Концепт «СУДЬБА» и его языковое выражение в поэтическом тексте Ф. К. Сологуба: дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Погосян Роман Георгиевич. – Пятигорск, 2005. – 197 с.
27. Попова З. Д., Стернин И. А. Очерки по когнитивной лингвистике: [монография] / З. Д. Попова, И. А. Стернин. – Воронеж : Изд-во «ИСТОКИ», 2001. – 191 с.
28. Селіванова О. О. Лінгвістична енциклопедія / Олена Олександрівна Селіванова. – Полтава : Довкілля-К, 2010. – 844 с.
29. Степанов Ю. С. Концепты. Тонкая пленка цивилизации / Юрий Сергеевич Степанов. – М. : Языки славянских культур, 2007. – 602 с.
30. Томашевский Б. В. Теория литературы. Поэтика: [учебное пособие] / Борис Викторович Томашевский; [вступительная статья Н. Д. Тamarченко; комментарии С. Н. Бройтмана при участии Н. Д. Тamarченко]. – М. : Аспект Пресс, 1996. – 334 с.
31. Фатеева Н. Интертекстуальность и ее функции в художественном дискурсе / Н. Фатеева // Известия АН СССР. Серия литературы и языка. – 1997. – Т. 56. – № 5. – С. 12-21.
32. Хализев В. Е. Теория литературы: [учебник] / Валентин Евгеньевич Хализев. – М. : Высшая школа, 2002. – 437 с.
33. Холшевников В. Е. Основы стиховедения: Русское стихосложение: [учебное пособие для студентов филол. фак.] / Владислав Евгеньевич Холшевников. – СПб. : Филологический факультет СПбГУ; М. : Изд. центр «Академия», 2002. – 208 с.
34. Chatton B. Using Poetry Across the Curriculum: Learning to Love Language / Barbara Chatton. – Santa Barbara : Libraries Unlimited, 2010. – 241 p.
35. Cohen S. Writing the Life Poetic: An Invitation to Read and Write Poetry / Sage Cohen. – Cincinnati : Writer's Digest Books, 2009. – 272 p.
36. Eliopoulos T. D., Moffett T. S. The Everything Writing Poetry Book: A Practical Guide To Style, Structure, Form, And Expression / T. D. Eliopoulos, T. S. Moffett. – Avon: Adams Media, 2005. – 304 p.
37. Kristeva J. Bakhtine, le mot, le dialogue et le roman / J. Kristeva // Critique. – 1967. – Т. 23. – № 239. – P. 438-465.
38. Lyne S. Writing Poetry from the Inside Out: Finding Your Voice Through the Craft of Poetry / Sandford Lyne. – Naperville : Sourcebooks, 2007. – 289 p.

Лазебна О. А.,

Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут», м. Київ

## ВЖИВАННЯ ПРИСЛІВНИКІВ ОЦІНКИ У СПОЛУЧЕННІ З ДІЄСЛОВИМ *SICH FÜHLEN* У ТВОРАХ СУЧАСНИХ НІМЕЦЬКИХ ТА АВСТРІЙСЬКИХ ПИСЬМЕННИКІВ

Сучасне мовознавство демонструє постійну увагу до оцінного аспекту у спілкуванні. У даній статті досліджуються прислівники оцінки у сполученні з дієсловом *sich fühlen* в німецькій та австрійській художній літературі XXI століття.

**Ключові слова:** оцінка, шкала оцінки, засоби вираження оцінки, прислівники, прикметники.

Современное языкознание демонстрирует постоянное внимание к оценочному аспекту в общении. В данной статье исследованы наречия оценки в сочетании с глаголом *sich fühlen* в немецкой и австрийской художественной литературе XXI века.

**Ключевые слова:** оценка, шкала оценки, средства выражения оценки, наречия, прилагательные.

Modern linguistics demonstrates steady attention to the aspect of assessment in intercourse. Adverbs of assessment in combination with a verb «*sich fühlen*» in German and Austrian literature of XXI century are investigated in this article.

**Key words:** an assessment, scale of assessment, means of expression of assessment, adverbs, adjectives.

**Актуальність** теми даного дослідження визначається недостатнім вивченням парадигми оцінних лексичних одиниць, вживаних носіями німецької мови та її австрійського варіанту, а саме групи прислівників оцінки у сполученні з дієсловом *sich fühlen*, характерною особливістю яких (прислівників) є модифікація саме процесуальних, а не предметних понять.

Доцільним є дослідження специфіки функціонування оцінних прислівників у сполученні із вказаним дієсловом на матеріалі художніх творів, жанрова особливість яких полягає в продуктивному використанні оцінної лексики та активному відображенні в них динаміки лінгвістичних процесів останніх років.

**Наукова новизна** роботи полягає у виборі в якості об'єкта дослідження прислівників у сполученні з дієсловом *sich fühlen*, аналіз оцінної функції яких до сьогодні не здійснювався в германістиці.

**Матеріалом для дослідження** слугували приклади з художніх творів XXI століття. Кожен письменник представлений лише одним твором. На основі суцільного аналізу текстів була складена картотека, яка включає близько 100 речень. На картках фіксувалося речення, в якому вжито прислівник оцінки у сполученні зі згаданим дієсловом, а також знаки «+» чи «-», що вказували на позитивну чи негативну оцінку висловлення. Джерелами прикладів стали художні твори сучасних німецьких письменників, таких, як Клеменс Майер («Коли ми мріяли»), Шарлотте Лінк («Чужий гість») та австрійських письменників Маріанне Грубер («В замок»), Арно Гайгер («У нас все добре»), Томас Главнік («Життя бажань») загальним обсягом 1947 сторінок.

**Предметом аналізу** в даній роботі є особливості функціонування прислівників оцінки у сполученні з дієсловом *sich fühlen*. У виборі предмета дослідження керуємося необхідністю систематизації та інвентаризації прислівників оцінки у сполученні із вказаним дієсловом за оцінною шкалою.

У німецькій мові прислівники у сполученні з дієсловом є такою частиною мови, яка викликає дискусії та суперечливі погляди на віднесення їх саме до цієї частини мови. Хоч етимологічний зміст терміна «прислівник» (лат. *adverbium*) вказує на його переважно придієслівне (адвербіальне) вживання, це лише одна із функцій, властивих даній категорії лінгвістичних одиниць, що свідчить про багатоплановість та поліфункціональність слів цього розряду [3, с. 19]. Так, наприклад, Вальтер Юнг в «*Grammatik der deutschen Sprache*» зауважує, що «між прикметником та прислівником немає принципової граматичної різниці» [10, с. 301]. Погоджуючись з Лотце, Юнг стверджує, що «прислівники знаходяться у такому ж зв'язку з дієсловами, як прикметники – з іменниками». І прикметник, і прислівник мають можливість у певний спосіб прикріплюватися до певної частини мови [11, с. 301-302]. Айзенберг робить спробу категоризувати частини мови за синтактико-дистрибутивними та морфологічними ознаками. Він вважає, що прикметники можуть, як і за визначенням Дудена, вживатися в атрибутивній, предикативній та прислівниковій функціях [5, с. 16].

Про проблему розмежування прикметника і прислівника у «прислівниковій позиції» висловлюється Айзенберг у своїй праці «*Der Satz*». Він критично сприймає твердження Адмоні стосовно цієї проблеми, зауважуючи, що приписувані Адмоні риси прикметниковому прислівнику є неправильними. Так, припущення, що *schnell* в *Er rennt schnell* є тому прислівником, що він вживається у відповідній позиції, як і «справжній» прислівник (*heute, dort, leider*), є неправильним, оскільки і «справжні» прислівники можуть зустрітися в інших позиціях, як це можуть прикметникові прислівники. Тому «справжнім» прислівникам мала б бути дана інша назва, яка призвела б того, що між такими частинами мови, як прикметник і прислівник, існувала б інша частина мови [6, с. 208].

Як вказував Л. В. Щерба, «категорія прислівників є виключно формальною категорією, оскільки значення її співпадає зі значенням категорії прикметників, що очевидно із порівняння таких пар, як *легкий / легко; бадьорий / бадьоро* і т. д. [3, с. 26].

Проблема прикметника-прислівника базується на теорії синтагматичного релятивізму значення слова. Так, Есперсен (1958) та Амманн (1962) вважають, що слова поза контекстом в аналітичних мовах мають лише денотативне значення і граматично можуть визначатися лише в синтагматичному зв'язку [13].

Прислівники різноманітні за своєю семантикою (наприклад, прислівники часу, місця, причини і мети, модальні прислівники і т. д.), проте оцінну функцію можуть виконувати лише прислівники способу дії.

Вихідним моментом даної роботи є положення, що прислівники способу дії у сполученні з дієсловами корелюють з однокореновими незмінюваними прикметниками (тобто, в короткій формі) та виконують оцінну функцію.

У роботі аналізуються лише ті прислівники оцінки, які зустрічаються у досліджуваних текстах з дієсловом *sich fühlen*. Одиниці типу *gut* у сполученні з дієсловом *sich fühlen* вважаємо прислівниками.

Оцінний «лексикон, граматикон і прагматикон» створюють індивідуальність як «мовної особистості», так і художнього тексту [4, с. 5]. Оцінка часто є основою мовленнєвого акту, його мотивом, смисловим завданням, від якого залежить формування висловлення [4, с. 59].

На думку О. М. Вольф, «оцінка характеризується особливою структурою, що містить ряд обов'язкових та факультативних елементів. Цю структуру можна представити як модальну рамку, яка накладається на висловлення і не співпадає ні з його логіко-семантичною побудовою, ні з синтаксичною». Основними елементами оцінної модальної рамки є її суб'єкт та об'єкт, пов'язані оцінним предикатом. Окрім того, в модальну рамку оцінки входять, як правило, імпліцитно, шкала оцінки та стереотипи, на які орієнтована оцінка в соціальних уявленнях мовців [1, с. 11-12].

У психолінгвістичних дослідженнях оцінна шкала складається із семи елементів, що відповідає деякій психологічній реальності: дуже добре – добре – досить добре – середньо (нейтрально) – досить погано – погано – дуже погано [4, с. 31]. На думку О. М. Вольф, «оцінна шкала не любить положення рівноваги, в самій її суті лежить асиметрія: норма та середнє не співпадають, норма зсунута до позитивної частини шкали [2, с. 99].

На перший погляд здається, що ознака «добре» або «погано» завжди присутня у складі оцінного слова як його семантичний компонент. Наприклад, *bekommen, hundsmiserabel, elend (-), wohl, sicher, geborgen (+)*. Проте у багатьох слів, що включають оцінку, знак не детермінований. Наприклад, у *erwählt, durchbohrt*. Знак в таких випадках визначається висловленням в цілому, тобто місцем відповідної ситуації в ціннісній картині світу [1, с. 19]:

*Er fühlte sich erwählt und verdammt zugleich, und er fragte sich ob es so sein musste, ob es eine existenzielle, metaphysische Notwendigkeit war, eine Erfahrung, die jeder machen musste: jemanden zu lieben, den man nicht haben konnte (-) [9, с. 64].*

*Karen fühlte sich von seinen bösen Blicken förmlich durchbohrt, als sie die Straße weiter entlangging, um endlich den Feldweg zu erreichen und hundert Meter weiter im Schutz des Waldes unterzutauchen [11, с. 28].*

Дескриптивний компонент значення слова «виснажений – ослаблений, змучений утомою, працею і т. ін.» [14] оцінюється в «картині світу» як негативна риса, і як наслідок, висловлення містить оцінний компонент «це погано»:

*Er fühlt sich ausgelaugt, er ist es auch [7, с. 318].*

*Auch Alma fühlt sich ausgelaugt, hungrig [7, с. 359].*

Та ж ситуація з дескриптивним компонентом «пригнічений – охоплений гнітючими, важкими, болісними почуттями» [15]:

*Er fühlte sich bekommen [8, с. 57].*

В наступному експресивному висловленні зі знаком питання в кінці речення особливо актуалізований оцінний смисл завдяки особливому інтонаційному оформленню:

*Ob sie sich vorstellen konnte, wie gedemütigt er sich gefühlt hatte? [11, с. 446].*

Слід зазначити, що тісний атрибутивний зв'язок між придієсловним прислівником та дієсловом створює достатні передумови для утворення більш чи менш сталих словосполучень. Наприклад, *sich unwohl fühlen*.

Враховуючи зауваження дослідників з приводу структурної організації шкали оцінки, інвентаризація прислівників оцінки, які «притягуються» досліджуваним нами дієсловом на матеріалах вибірки з 3 австрійських та 2 німецьких романів, може здійснюватися наступним чином:

ОЦІННА СИТУАЦІЯ /МОДЕЛЬ	ШКАЛА ОЦІНКИ					
	Дуже добре	Добре	Досить добре	Досить погано	Погано	Дуже погано
<i>sich fühlen+Adv. /Part. I/II</i>	<p><i>Geistig hingegen fühlt er sich nach all den Aufregungen sehr konzentriert, sehr hell, was in letzter Zeit selten genug vor kommt [7, S. 202].</i></p>	<p><i>Nun, da ihn alle verlassen hatten, fühlte er sich nicht erleichtert, wie er es erwartet hatte, aber auch nicht bedrückt, sondern befreit von etwas, das er nicht benennen konnte, das nicht fehlte, keinen leeren Raum hinterließ, er fühlte sich nur eben freier, freier, freilich auf eine ihn ausliefernde Weise [9, S. 220].</i></p>	<p><i>Karen hatte inzwischen drei Schnäpse getrunken und fühlte sich für das bevorstehende Abenteuer halbwegs gewappnet [11, S. 205].</i></p> <p><i>Noch nie in seinem Leben, sagte Fred, hat er sich so wohl gefühlt, mit einer Hand an die bar genagelt [12, S. 11].</i></p> <p><i>Jonas hob mit einer Geste des bedauerns die Arme, doch mit einem Mal fühlte er sich frei [8, S. 315].</i></p>	<p><i>Beim Gedanken an Johanna fühlt Philipp sich unbehaglich [7, S. 56].</i></p> <p><i>Kenzo hörte nicht auf zu bellen, und Karen, die sich gerade auf das Sofa im Wohnzimmer gesetzt und den Kopf in die Hände gestützt hatte, weil sie sich wieder einmal von den Anforderungen des vor ihr liegenden Tages überwältigt fühlte, raffte sich mühsam auf [11, 61].</i></p>	<p><i>Es kostet Kraft, mit einem Menschen zu leben, den man nicht mehr liebt. Vielleicht fühle ich mich deshalb so schwer [11, S. 238].</i></p>	<p><i>Und dann hätte der Schlagabtausch begonnen, Wolf hätte sich in redliche Entrüstung hineingeredet, und sie wäre in Tränen ausgebrochen und am Ende hätte sie sich elend und klein gefühlt, und er sich groß und stark [11, S. 471].</i></p> <p><i>Wenn Astor sich vernachlässigt fühlte, zeigte er es auf diese Weise [8, S. 66].</i></p>

Спостереження за процесом функціонування оцінних висловлень свідчить про те, що кількісний склад прислівників оцінки, вживаних з дієсловом *sich fühlen*, надзвичайно великий через високу емоційність носіїв мови. Проаналізовані приклади свідчать про переважання в негативній оцінній шкалі прислівників з прямою чи опосередкованою оцінною семемою – погано. Варіативність прислівників оцінки у сполученні з дієсловом підкреслює зв'язок атрибутивного значення, виражене прислівником оцінки, з предикативним ядром висловлення в цілому.

#### Література:

1. Вольф Е. М. Функциональная семантика оценки / Е. М. Вольф. – М. : Наука, 1985. – 227 с.
2. Вольф Е. М. Оценочное значение и соотношение признакою «хорошо» / «плохо» // Вопр. Языкознания. – 1986. – С. 98-106.
3. Гвишиани Н. Б. Полифункциональные слова в языке и речи. Уч. пособие. – М. : «Высшая школа», 1979. – 200 с.
4. Маркелова Т. В. Семантика оценки и средства ее выражения в русском языке. Уч. пособие. – М. : МПУ, 1993. – 125 с.
5. Brandl L. Zur Unterscheidung der Wortarten Adjektiv und Adverb in adverbialem Gebrauch. GRIN Verlag, Januar 2008. – 24 s.
6. Eisenberg P. Grundriß der deutschen Grammatik. Der Satz. Bd. 2. Stuttgart u. a.: Metzler, 2004. – 576 s.
7. Geiger A. Es geht uns gut. Roman. / A. Geiger – Wien : Carl Hanser Verlag, 2005. – 390 s.
8. Glavinic T. Das Leben der Wünsche. Roman. / T. Glavinic – München : Carl Hanser Verlag, 2009. – 319 s.
9. Gruber M. Ins Schloss. Roman. / M. Gruber – Innsbruck : Haymon Verlag, 2004. – 240 s.
10. Jung W. Grammatik der deutschen Sprache. VEB Bibliographisches Institut Leipzig, 1973. – 518 s.
11. Link Ch. Der fremde Gast. Roman. / Ch. Link – München : Wilhelm Goldmann Verlag, 2005. – 480 s.
12. Meyer C. Als wir träumten. Roman. / C. Meyer – Frankfurt am Main : S. Fischer Verlag GmbH, 2010. – 518 s.
13. <http://www2.rz.huberlin.de/linguistik/institut/syntax/krakau2006/beitraege/maxymtschuk.pdf>
14. <http://sum.in.ua/s/vysnazhenyj>
15. <http://sum.in.ua/s/pryghnichenyj>

Лацук О. М.,  
Волинський національний університет імені Лесі Українки, м. Луцьк

## АНТРОПОЦЕНТРИЧНИЙ ПІДХІД У ДОСЛІДЖЕННІ БІНАРНИХ КОНЦЕПТІВ «NÄHE» ТА «DISTANZ»

*Стаття присвячена огляду основних підходів до тлумачення такого наукового поняття як «антропоцентризм», а також визначено його місце в сучасних лінгвістичних дослідженнях. Виявлено специфіку опису мови крізь призму лінгвістичного антропоцентризму. З'ясовано суть бінарних концептів «NÄHE» та «DISTANZ» на основі антропоцентричної парадигми.*

**Ключові слова:** когнітивна лінгвістика, антропоцентризм, егоцентризм, парадигма, мовна особистість, бінарний концепт.

*Статья посвящена обзору основных подходов к толкованию научного понятия «антропоцентризм», а также определено его место в современных лингвистических исследованиях. Обнаружена специфика описания языка сквозь призму лингвистического антропоцентризма. Выяснена суть бинарных концептов «NÄHE» и «DISTANZ» на основе антропоцентричной парадигмы.*

**Ключевые слова:** когнитивная лингвистика, антропоцентризм, эгоцентризм, парадигма, языковая личность, бинарный концепт.

*In the article the phenomenon of the scientific notion «anthropocentrism» is considered. In the modern linguistic researches its place, form of transfer are determined. The specific features of linguistic anthropocentrism are analyzed. The essence of binary concepts «NÄHE» and «DISTANZ» on basis of new scientific paradigm is established.*

**Key words:** cognitive linguistics, anthropocentrism, egocentrism, paradigm, language personality, binary concept.

Час на зламі ХХ – ХХІ ст. став періодом стрімкого зростання теоретичних інновацій. Вхідження у нове тисячоліття науки про мову відзначається досить великою кількістю ідей та їх рішеннями [1, с. 17]. К. І. Мізін зазначає, що парадигмально-методологічні «стрибки» стали основною прикметою мовознавства даного часового простору. І чим далі, тим більше цей процес прискорюють [11, с. 75]. Для багатьох наук, наприклад, етнолінгвістики, психолінгвістики, когнітивної лінгвістики, лінгвокультурології, соціолінгвістики принцип антропоцентризму стає провідним.

**Актуальність** даної статті полягає у дослідженні бінарних концептів «NÄHE» та «DISTANZ» крізь призму антропоцентричної парадигми.

**Метою** даної статті є з'ясування системних параметрів антропоцентричного підходу до вивчення мовних явищ. Відповідно окреслюємо наступні завдання: 1) дослідити існуюче в лінгвістиці трактування поняття «антропоцентризм»; 2) розглянути закономірності прояву антропоцентризму під час дослідження бінарних концептів «NÄHE» та «DISTANZ»; 3) визначити специфіку опису мови крізь призму лінгвістичного антропоцентризму та виділити загальні положення її опису.

Антропоцентричний підхід як загальний стиль мислення у всіх вимірах пізнання здобуває все більше визнання, він є новим витком спіралі у розвитку науки. У лінгвокогнітивних дослідженнях неможливо не приділити увагу значенню людського чинника у процесі пізнання світу. Саме людина є центральним фігурантом цього процесу, вона є центром конструювання універсуму.

Антропоцентричний поворот у мовознавстві зумовлений тим, що увага дослідників перейшла з питання «як влаштована мова» на запитання «як функціонує мова». Як наслідок, виникла необхідність у формуванні та розвитку нового підходу до аналізу та інтерпретації мовного матеріалу. Ідея нової наукової парадигми полягає в об'єднанні мови і людини та розумінні сутності мови як динамічної системи. В науці про мову використання антропоцентричного принципу, суть якого лаконічно висловив Е. Бенвеніст – «людина в мові» займає особливе місце. Реалізація цього принципу передбачає «поєднання мови й побуту людини в одному полі пізнання» [14, с. 11].

Для сучасної лінгвістики принцип антропоцентризму став одним із пріоритетних підходів до дослідження наукових феноменів і розглядається як методологічний базис для уніфікування лінгвістики з комплексом суміжних наук, суть якого полягає у вивченні наукових об'єктів відповідно до їхньої ролі для людини, відповідно до призначення в життєдіяльності, розвитку людської особистості та її вдосконаленні. Згідно із зазначеним принципом, людина, яка розмовляє здатна присвоїти собі мову в процесі її використання, оскільки мова не має іншої об'єктивності, аніж та, яка встановлюється в глибинах суб'єктивного. Врахування названого положення дозволяє розглядати мову як особливу семантичну систему, основні «референційні» точки якої співвідносяться з індивідом, який веде розмову, а використані людиною мовні засоби виступають як «аутореференційні» [2, с. 3].

Принцип антропоцентричності сам по собі був відомий лінгвістиці давно. Здавна перед мовознавством постала фундаментальна проблема взаємообумовленості мови і людини та її ролі як істоти вербальної природи в усвідомленні сутності мовних процесів. Перші згадки про його вплив зустрічаємо у відомому диспуті античних філософів про природний чи умовний характер слова та мови (Геракліт і Демокріт). У своїх працях В. фон Гумбольдт визначив подальші напрями лінгвістичної науки. Мову він розглядав як таку, що безпосередньо закладена в людині і яка не є свідомим утвором людського розуму. Мову не можна було б вигадати, якби її тип не був уже запрограмований у свідомості. В. фон Гумбольдт вважав, що неможливо розглядати мову без урахування людського фактора, це конструктивна властивість людини, а людина є людиною саме через посередництво мови, тобто мова є «людиноутворюючою» силою [4, с. 313-314, 349]. Мова як антропологічне явище – невід'ємне від суб'єктивного світу і мислення людини, її вивчення «не є кінцевою ціллю, а разом з іншими науками слугує най-

вищій і загальній меті людського духу, меті пізнання людиною самої себе і свого ставлення до всього баченого і небаченого навколо себе» [5, с. 283]. Саме таке трактування антропоцентризму імпонує нам під час дослідження бінарних концептів «NÄHE» та «DISTANZ».

Починаючи з 90-х років ХХ ст., «антропологічний принцип» Гумбольдта набув особливої актуальності в сфері наук про людину та її мову: лінгвогносеології, лінгвосоціології, лінгвоетнології, лінгвопалеонтології і, нарешті, в лінгвокультурології та філософії мови [2, с. 3].

З появою структуралізму в лінгвістиці довгий час панувала тенденція відчуження мови від людини і розуміння її лише як форми вираження логічних процесів, чітко системного і замкнутого явища. Посилили цю теоретичну установку і положення Ф. де Сосюра, який вважав, що «єдиним і істинним об'єктом лінгвістики є мова, яка розглядається в самій собі і для себе». На противагу цьому концепція структуралізму Г. Гійома прямо протилежна традиційному позасуб'єктному структуралізму, в якому об'єктом спостереження є об'єктивний світ, поза мовцем. Г. Гійом писав: «...мова не має іншої об'єктивності, крім тієї, яка встановлюється в глибинах суб'єктивного» [12, с. 13-14].

У працях вчених, які належали до психологічної та младограматичної шкіл, теж відслідковується принцип антропоцентризму (Х. Штейнталь, Г. Пауль, А. А. Потєбня, І. А. Бодуен де Куртене та ін.). Вони вважали, що в мові прослідковується закон перспективи або ж егоцентризму, згідно з яким, віддаляючись від місця, де ми знаходимось чи відчуваємо себе, відмінності між предметами стають все меншими, згодом зникаючи ще більше; віддаленіші об'єкти асимілюються та поглинаються ближчими. Наприкінці ХІХ ст. у своїй праці «Фонологія» (1899) І. А. Бодуен де Куртене виокремив атропофонику як науку, яка займається звуками за своєю суттю виключно людськими, тобто звуками людської мови. Згодом даний принцип знайшов відображення в роботах представників Московської семантичної школи, а також під час лексикографічного опису А. Вежицької таких іменників, як яблуко, собака, причому сама авторка називає свій підхід до тлумачення слів антропоцентричним. Наприклад, визначаючи розмір собаки, А. Вежицька вводить семантичні компоненти значення «однією рукою не піднімеш», «встаючи на задні лапи, може бути на рівні з людиною» [17, с. 168]. Згідно з концепцією А. Вежицької, щоб описати концепти, треба враховувати ситуацію, за якої вони пов'язані з людською діяльністю.

Антропоцентризм пронизує усі сфери духовного і соціального життя людини. У формах духовної культури антропоцентризм фіксується у міфології, філософії, релігії, мові й мовленні.

ХХ ст. характеризується особливим впливом антропоцентризму як у працях теоретичного мовознавства, так і в роботах прикладного характеру. Відповідь на запитання, як функціонує мова, вимагає розгляд останньої стосовно її носія – людини. Терміни антропоцентризм, антропоцентричний принцип, антропоцентричність в мові лінгвістики з'явилися нещодавно, хоча їхня суть була відображена частково в роботах К. Бругмана, К. Бюлера, Е. Бенвеніста, Ш. Баллі, Г. Гійома, О. Єсперсена, які проявляли інтерес до людського чинника в мові, до людини як мовної особистості. На сучасному етапі розвитку лінгвістичної науки проблемою мовця в мові і мовленні цікавляться А. Вежицька, О. В. Падучева, Ю. С. Степанов, Т. В. Цив'ян, М. О. Шелякін та інші.

У роботах загальнолінгвістичного характеру ідея антропоцентризму спостерігається у французького вченого Е. Бенвеніста, яка полягає в суб'єктивності мови як іманентної ознаки і проявляється як вияв природної мовленневої егоцентричності. Одну з частин «Загальної лінгвістики» науковець називає «Людина в мові» (1974). В своїй праці він розвиває думку, що в світі існує лише людина з мовою, людина, яка спілкується з іншою людиною, і мова, таким чином, належить самому визначенню людини [3, с. 298]. Суб'єктивність (за Е. Бенвеністом) і модус (за Ш. Баллі) мають спільну особливість – централізація позиції мислячого суб'єкта мовлення у процесі породження висловлення. Акцентування «єго» суб'єкта дозволяє Е. Бенвеністу розширити коло мовних явищ, що співвідносяться з егоцентричністю в мовленні. Усвідомлення мовця як суб'єкта проявляється в категоріях особи, в особових займенниках та в інших класах займеників (вказівні), прислівниках, прикметниках, що організують просторові та часові відношення навкруги суб'єкта, що береться за орієнтир [12, с. 15].

Аналізуючи концепцію Е. Бенвеніста та визначаючи антропоцентризм основним принципом сучасної лінгвістики, Ю. С. Степанов у своїх наукових працях наголошує на тому, що мова створена за людською «міркою», і цей масштаб закарбований у самій організації мови, спираючись на який вона і повинна вивчатися [13, с. 15]. У цьому науковець вбачає пріоритетний зміст мовознавства як науки про мову в людині та про людину в мові.

Вивчення мови тісно переплітається з великою кількістю антропологічних, психологічних і соціологічних проблем, що входять до сфери мовознавства, яка є невіддільною від питань щодо реального функціонування та ролі мови в житті людини. Концепція відображення в мові і мовленні антропоцентричного принципу як способу опису та моделювання мови, отримали розвиток в роботах Ю. М. Караулова. Вчений висловлюється про неможливість переходу від «мовної моделі світу» до більш вищого рівня узагальнення – до «концептуальної моделі світу» з допомогою винятково лінгвістичних прийомів [7, с. 44] і, що неможливо пізнати мову, не виходячи за її межі, не звернувшись до її творця, носія, користувача, тобто, людини, конкретної мовної особистості [7, с. 7]. Таким чином, у центрі уваги Ю. М. Караулова стає складне та недостатньо досліджене поняття мовної особистості, яке він запропонував включити до об'єкту лінгвістики.

Протиставлення досліджуваних бінарних концептів «NÄHE» та «DISTANZ» вказує на точку свого відліку – людину. Одним із визначальним етапом присвоєння світу людиною є відділення себе від іншого (*Aus dieser inneren Distanz heraus können sie sich um eine seelische Identität kümmern.* – ZEIT, 2007. *Wählen bedeutet aktive Teilhabe an dieser Gesellschaft und die Aufgabe der inneren Distanz.* – ZEIT, 2009. *Ich werde nie müde, mich über unsere geistige Nähe zu wundern und daß wir uns auch äußerlich sehr ähnlich sind.* – ZEIT, 1994. *Er traue einzelnen Menschen sehr viel zu, im Guten wie im Schlechten, schon aus Angst vor Enttäuschungen habe er immer eine gewisse Distanz gehalten.* – ZEIT, 2009 [16]). Дана позиція за Е. Бенвеністом виступає необхідною умовою для усвідомлення себе самого (*Keine Frage: die intime Nähe potenziert die Wirkung.* – ZEIT, 1998 [16]).

Поняття «NÄHE» та «DISTANZ» є невід'ємною буттєвою характеристикою особистості, які пронизуючи її сутність, залишають свій вияв у внутрішніх процесах і станах та комунікативній поведінці, безпосередньо проявляючись у мовних засобах (*Ein Balanceakt zwischen Nähe und Distanz, Milde und Strenge sei das. – ZEIT, 2009. Das Bedürfnis nach Nähe und Distanz kann für beide sehr unterschiedlich sein. – ZEIT, 2008. Nähe und Distanz, Urvertrauen und Enttäuschung, Glück und Vergeblichkeit sind Erfahrungen, die in den ersten gemeinsamen Jahren wurzeln. – ZEIT, 2006 [16]*). Бінарні концепти «NÄHE» та «DISTANZ» ми трактуємо ключовими детермінантами особистісного простору людини, активного діяча (Agens).

Відправною точкою в дослідженнях особливостей категоризації особистісного простору під час дослідження бінарних концептів «NÄHE» та «DISTANZ» ми вважаємо прийняття положення про те, що мовній особистості притаманна здатність усвідомлювати себе самостійним індивідом, здатність до самоідентифікації й словесного моделювання. Як наслідок, мовна особистість володіє спроможністю проводити межі між «я-світом» та «не-я-світом», а механізми самоощітки й відношення до співбесідника в значній мірі можуть бути описані з допомогою стереотипованих схем (*Zielsicher suchen wir die wärmende Nähe der Gleichgesinnten und Gleichartigen. – ZEIT, 1993. Aus ironischer Distanz beobachtete er die kleinen lächerlichen Anlässe, die die Handlungen der Menschen bestimmen. – ZEIT, 2008 [16]*).

Концепти «NÄHE» та «DISTANZ» трактуються нами як базові категоріальні величини реальності, як інгерентні атрибути антропоцентричної парадигми, оскільки направлені на норми мовної поведінки та містять аксіологічний акцент (*Blüms Rotweinflasche ist zwar nichts anderes als ein Beispiel für unverkrampften Umgang zwischen Politikern und Medienvertretern; doch mancher Politiker pflegt Nähe und Vertrautheit so gezielt, daß der Satz «Nähe korrumpiert» seine Berechtigung hat – gerade im kleinen Bonn. – ZEIT, 1991. Eine gewisse Distanz beim Vorstellungsgespräch sollte immer beachtet werden – immerhin ist man zu Gast und sitzt einem Fremden gegenüber. – ZEIT, 2009. Solche Überlegungen schaffen die intelligente Distanz, die die Leser brauchen, um sich eigene Gedanken über ihre persönliche Risikofreude zu machen. – ZEIT, 2000 [16]*). Вони базуються на зіткненні суспільних й індивідуальних інтересів, на протиставленні емоційного та раціонального начал, на зіткненні, конфлікті цінностей окремої особистості та цінностей, визначених суспільством, культурою, мораллю.

Центром усіх лінгвістичних досліджень стала людина як особа, яка говорить і пише. Відправною точкою теоретичної та практичної діяльності людини є антропоцентризм. Людина як суб'єкт співвідноситься, в першу чергу, з оточуючим природним світом, далі з оточуючим соціальним світом і, нарешті, сама з собою (самопізнання) [8, с. 86-87]. Можна припустити, що антропоцентризм – це виявлення в мовній системі загального людського фактору, що обумовлює наявність в лексичній, семантичній, морфемній, граматичній системах мови утворень з орієнтацією на людину як центру об'єктивної дійсності, створених свідомістю мовця за зразком до себе, а в своїй особі до людини загалом (її фізичних, психічних, духовних властивостей) [12, с. 16]. Погляд дослідників зміщується з об'єкта пізнання на суб'єкт, аналізується людина в мові та мова в людині. Антропоцентричний принцип в лінгвістиці проявляється в тому, що мовні явища розглядаються як невід'ємна й органічна складова людського розуму, що взаємопов'язана з іншими когнітивними структурами і процесами: сприйняттям, мисленням тощо.

Проблема «Людина – мова» багатоаспектна та багатогрівнева за своєю суттю, тому нам слід визначити специфіку опису мови крізь призму лінгвістичного антропоцентризму та виділити загальні положення її опису [6, с. 303-304]:

1. Прагматична ціленаправленість мовної діяльності. Мова є найголовнішим засобом координації поведінки людей, тому її використання зумовлюється особливим видом людської діяльності. Цей вид діяльності має структуру, характерну для діяльності взагалі, мотиви, засоби досягнення цілей. Таким чином, вивчення мови в когнітивному аспекті передбачає врахування того, як і з якою метою людина використовує мову.

2. Обумовленість (мотивованість) мовних одиниць та їх використання носієм у своєму мовленні, тобто ціннісне (суб'єктивне) відношення до мовних одиниць. Власне усвідомлення того факту, що вибір мовних засобів для побудови тексту диктується не лише нормами мови, а в основному залежить від особливостей світобачення окремого носія мови, наштовхнуло сучасне мовознавство на обговорення проблеми залежності мови та її організації від загальних принципів сприйняття людиною світу.

Даний принцип передбачає, що мовна система в усіх своїх проявах адаптується до особливостей людського організму, мислення, комунікативного процесу. Багато сучасних науковців висловлюють впевненість у тому, що «вибір голосового апарату для здійснення комунікації був нам «прищеплений» не природою, а необхідністю успішної комунікації, і тому характер людської мови небагудужий до розуміння її значення під час комунікації» [15, с. 74]. Іншими словами, мова відображає предмети і властивості об'єктивної дійсності з позиції і по відношенню до мовця як суб'єкта свідомості.

3. Функціональна обумовленість процесу мовленнєвої діяльності характеризується великою кількістю пресупозицій: психічних, суспільно-історичних, фізико-фізіологічних та ін. [10, с. 6].

Мовленнєва взаємодія має на меті приведення поведінки та свідомості оточуючих у відповідність до своїх уявлень про необхідне та бажане, а також модифікування власної поведінки, спираючись на інтерпретацію поведінки інших та посилюючи свою адаптивну здатність. Ось чому функціональна характеристика мовних засобів полягає в тому, щоб вказувати на істотну властивість за допомогою функції об'єкта, а саме, «на його призначення в реалізації будь-якої діяльності як головної екзистенційної властивості» [9, с. 155].

4. Мова виступає засобом фіксації результатів людської діяльності у всьому її різноманітті: пізнавальній, фізичній, художній [6, с. 304].

Отже, антропоцентризм усвідомлюється головним принципом сучасної лінгвістики. Не дивлячись на різні підходи і трактування принципів антропоцентризму, очевидним є те, що вітчизняна й зарубіжна наука змінила вектор, парадигму свого розвитку, ставлячи в центр уваги людину, яка творить мову і утворена нею. Людина



пізнає, відображає і омовляє світ ідей, концепцій за особистою шкалою цінностей. Зміна наукової парадигми відбувається за рахунок зміни статичного погляду на світ як сукупності елементів, частинок, на розгляд всесвіту як динамічної системи, яка розгортається довкола людини. Саме в даному аспекті актуалізуються бінарні концепти «NÄHE» та «DISTANZ». У даному руслі вбачаємо *перспективність* досліджень бінарних концептів «NÄHE» та «DISTANZ», творцем яких виступає людина, яка говорить.

#### Література:

1. Алефиренко Н. Ф. Современные проблемы науки о языке: Учебное пособие. / Н. Ф. Алефиренко. – М. : Флинта: Наука, 2005. – 416 с.
2. Багаутдинова Г. А. Человек во фразеологии: антропоцентрический и аксиологический аспекты: автореф. дис. на соиск. учен. степ. д-ра филол. наук: спец. 10.02.20 «Сравнительно-историческое, типологическое и сопоставительное языкознание» / Г. А. Багаутдинова. – Казань : Казан. гос. ун-т, 2007. – 35 с.
3. Бенвенист Э. Общая лингвистика / Э. Бенвенист – М. : Прогресс, 1974. – 448 с.
4. Гумбольдт В. Избранные труды по языкознанию / В. Гумбольдт. – М. : Прогресс, 1984. – 397 с.
5. Гумбольдт В. Язык и философия культуры / В. Гумбольдт. – М. : Прогресс, 1985. – 451 с.
6. Дорофеев Ю. В. Антропоцентризм в лингвистике и предмет когнитивной грамматики / Ю. В. Дорофеев // Лінгвістичні студії: Зб. наук. праць. Вип. 17. – Донецьк : ДонНУ, 2008. – С. 302-308.
7. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность / Ю. Н. Караулов. – М. : Наука, 1987. – 261 с.
8. Колшанский Г. В. Объективная картина мира в познании и языке / Г. В. Колшанский. – М. : КомКнига, 2006. – 128 с.
9. Кравченко А. В. Знак, значение, знание. Очерк когнитивной философии языка / А. В. Кравченко. – Иркутск : Издание ОГУП «Иркутская областная типография № 1», 2001. – 261 с.
10. Лещак О. В. Очерки по функциональному прагматизму: Методология – онтология – эпистемология / О. В. Лещак. – Тернополь-Кельце : Підручники і посібники, 2003. – 255 с.
11. Мізін К. І. Перспектива вивчення антропоцентричності усталених порівнянь (на матеріалі компаративних фразеологій англійської, німецької, української та російської мов) / К. І. Мізін // Лінгвістика: зб. наук. пр. – Луганськ, 2009. – № 1(16). – С. 75-81.
12. Пилипак В. П. Антропоцентричні та егоцентричні концепції в лінгвістиці / В. П. Пилипак // Лінгвістичні студії: Зб. наук. праць. Вип. 18. – Донецьк : ДонНУ, 2009. – С. 13-17.
13. Степанов Ю. С. Основы общего языкознания / Ю. С. Степанов. – М. : Просвещение, 1975. – 273 с.
14. Харитонова И. В. Системное исследование языка: философско-методологический аспект: автореф. дис. на соиск. учен. степ. д-ра филос. наук: спец. 09.00.08 «Философия науки и техники» / И. В. Харитонова. – М., 2004. – 32 с.
15. Шелякин М. А. Язык и человек: К проблеме мотивированности языковой системы: учеб. Пособие / М. А. Шелякин. – М. : Флинта: Наука, 2005. – 296 с.
16. Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache des 20. Jahrhunderts // Режим доступа : <http://www.dwsds.de> – Дата доступа: 19.02.2012.
17. Wierzbicka A. Lingua Mentalis: The semantics of natural language / A. Wierzbicka. – Sydney, ect.: Academics Press, 1980. – XI. – 367 p.

Магас Н. М.,

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, м. Івано-Франківськ

## СОЦІАЛЬНІ КАТЕГОРІЇ МОДУСУ ЯК РЕПРЕЗЕНТАНТИ ЕМОЦІЙ У ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

*У статті йдеться про політичний дискурс як особливий тип комунікації, у якій асоціативна природа емоційності сприяє реалізації комунікативної мети адресанта. Проаналізовано основні особливості внутрішньомовного та позамовного вираження емоційності у сучасному англомовному політичному дискурсі.*

**Ключові слова:** політичний дискурс, комунікація, модус, адресант, адресат.

*В статье рассматривается политический дискурс как особый тип коммуникации, ассоциативная природа эмоциональности которого способствует реализации коммуникативной цели адресанта. Проанализировано основные особенности внутриязыкового и внеязыкового выражения эмоциональности в современном английском политическом дискурсе.*

**Ключевые слова:** политический дискурс, коммуникация, модус, адресант, адресат.

*The article deals with the political discourse as a special type of communication in which the associative nature of emotionality promotes speaker's communicative goals realization. Main peculiarities of intralingual and donotant expression of emotionality in modern English political discourse.*

**Key words:** political discourse, communication, modus, speaker, recipient.

Когнітивно-дискурсивна парадигма зумовлює переорієнтацію сучасних лінгвістичних досліджень на людину, нові вимоги передбачають вивчення мови не тільки з позицій її структурованості, а й в контексті реальної комунікації. Дискурсивна парадигма пропонує досліджувати дискурс як вияв особистості людини та її вплив на комунікативний процес. Зважаючи на значну кількість дефініцій поняття «дискурс», у статті послугувавтимемося тлумаченням К. С. Серажим, котра визначає його як складний соціолінгвістичний феномен сучасного комунікативного середовища, який, по-перше, де термінується (прямо чи опосередковано), його соціокультурними, політичними, прагматично-ситуативними, психологічними та іншими (констатуючими чи фоновими) чинниками, по-друге, має «видиму» – лінгвістичну (зв'язний текст чи його семантично значущий та синтаксично завершений фрагмент) та «невидиму» – екстралінгвістичну (знання про світ, думки, настанови, мету адресанта, необхідні для розуміння цього тексту) структуру і, по-третє, характеризується спільністю світу, який будується впродовж «розгортання» дискурсу його репродуцентом (автором) та інтерпретується його реципієнтом (слухачем, читачем та ін.) [4, с. 13].

Розвиток лінгвістики також характеризується посиленням інтересом до механізмів лінгвальної репрезентації об'єктів позамовної дійсності, зокрема емоцій і почуттів комунікантів. Так емоційні стани були об'єктом досліджень Е. Л. Носенко, історична динаміка експресивів негативної емоційності описана Т. О. Биценко, імпліцитні смисли відображені у працях Г. П. Грайс, А. І. Шаповал [2, 3, 5, 6].

Емоції як типові суб'єктивні сигнали надзвичайно важливі у процесі комунікації, є частиною соціального досвіду, акумульованого і збереженого в мові. У контексті комунікативних особливостей політичного дискурсу, основних форм його артикуляції в інформаційному просторі суспільства набуває особливої ваги дослідження внутрішньомовних та позамовних способів вираження його емоційності як важливої складової текстів політичного змісту. Саме емоційність цього типу дискурсу допомагає вималювати істинний образ політика, зрозуміти його наміри та дії. І оскільки проблема прагматичних смислів загалом, як і проблема взаємодії граматичної і прагматичної семантики у структурі висловлювання або дискурсу ще не розв'язана, то актуальним постає лінгвістичний аналіз вираження емоцій у політичних текстах засобів масової інформації.

**Метою статті** є опис способів репрезентації емоцій у сучасному англомовному політичному дискурсі.

**Об'єктом дослідження** є політичний дискурс. **Предметом** – внутрішньомовне та позамовне вираження емоційності у політичному дискурсі.

Матеріалом для дослідження обрано статті та дебати політичного змісту, які опубліковані у виданнях сучасної англомовної політичної преси, оскільки саме вони відображають безпосередню міжособистісну комунікацію, а через неї – опосередковано – спілкування з читачем (глядачем), тобто реципієнтом.

З метою аналізу особливостей вираження емоційності у сучасному англомовному політичному дискурсі у статті основна увага зосереджується на таких соціальних категоріях модусу як: найменування осіб, директиви та категорія ввічливості. Критерієм їх виділення є протиставлення позицій адресантів та їх інтенцій у процесі спілкування, спрямованих на адресата. Саме ці категорії модусу віддзеркалюють соціальні взаємини між учасниками спілкування та особами, які не беруть участі в комунікації, що увиразнює експресію емоційності у політичних текстах.

Щоб отримати позитивний результат комунікації, політики будують висловлювання так, щоб керувати комунікативною поведінкою адресата й фіксувати його увагу на потрібних для адресанта елементах змісту залежно від їх актуального членування. Адресованість мовлення віддзеркалює суб'єктивну модальну оцінку адресанта, яка часто у політичних текстах засобів масової інформації емоційно забарвлена. Оцінне ставлення може стосуватися 1-ї особи – адресанта, 2-ї особи – адресата, 3-ї особи чи осіб, які безпосередньо не беруть участі у спілкуванні. Спілкуючись, адресант позасвідомо або навмисно виказує в мовних одиницях своє або адресатове соціальне походження, стать, вік, рівень освіти й культури, вид занять, тобто належність до певної соціальної групи, соціального прошарку суспільства. Наприклад, у висловлюванні «*I'm pretty encouraged by the field we have,*» he said.

«*We've got a pretty conservative field of candidates*». (*The CBS News*. 08/10/2011) емоційне ставлення адресанта передається лексико-семантичними одиницями *pretty conservative field of candidates*, які засвідчують належність адресата до певної політичної партії та передають радість мовця.

Вираження емоційності може бути безпосереднім або опосередкованим. При безпосередньому адресантом надається перевага спеціальним словам, які стають знаковим відзеркаленням соціального статусу адресата, як-от: *The same goes for the wider role of the «Giant from Bosphorus»: as it approaches the world predominantly with its «Islamic» face, Turkey's influence is felt mostly between Sarajevo and Baku* (*Global Politician*. 09/05/2011), де метою адресанта є підкреслення високого статусу адресата, важливості його участі у певних політичних подіях. Прикладом опосередкованого вираження емоційності постає весь фрагмент дискурсу. Висловлювання *Instead, the governor delivered a much more personal speech about his Christian faith and his view that «God uses broken people to reach a broken world»* (*The New York Times*. 14/09/2011) характеризує політичного діяча як щиру, віруючу людину, яка варта поваги й довіри.

Через варіативність засобів репрезентації категорії статусу та підключенні до експресії статусу інших значень у реченні *He said on Wednesday he didn't see himself as having left the Republican party. Rather, he said, «the Republican party has left me.»* (*The CBS News*. 28/12/2011), озвучуючи свою приналежність до певного соціального статусу, автор намагається передати невдоволення з приводу політичних колізій щодо його особи та викликати співчуття в учасників комунікації.

Залежно від емоційного стану адресанта, його ставлення до адресата мовлення синтаксична конструкція оформляється наказовою або спонукальною, категоричною або ввічливою, прохальною інтонацією. В англomовному політичному дискурсі спонукальна або наказова інтонація із спадно-висхідним тоном використовується адресантом, соціальне становище якого є вищим від того, кому адресується мовлення. У висловлюванні *You know, I hope that after all the recent experiences our close partners and friends must learn that you can't torpedo existing contracts – even if you don't like them, like when our colleagues and partners, the president of Ukraine or the Ukrainian Prime Minister say that a contract is unfair and bad and they won't honour it. It is completely unacceptable. All agreements, as long as they are not refuted in court or abandoned by the parties, must be carried out* (*Euronews*. 08/09/2011) статус президента надає право адресантові наказувати, спонукати до дії. Спонукальна інтонація передається за допомогою конструкції з модальним словом *must*, яка водночас засвідчує впевненість та рішучість адресанта.

Категоричність інтонаційної конструкції речення базується на статусних оцінках адресантів. Прагматична мета оцінки адресанта полягає в спонуканні адресата до вчинення або невчинення певної дії. Категоричність у ствердженні, «виступаючи у сукупності з лексичними, синтаксичними та експресивними значеннями», є засобом передачі семантики висловлення й робить мовлення не лише інформативним, виразним, а й психологічно дієвим [1, с. 20–21]. Комунікативна стратегія адресанта спрямована на здійснення прямого впливу на адресата, до сприйняття ним такої поради, яка є корисною для адресата, наприклад: *He added: «Don't leave it to a bunch of Washington politicians to tell you how to live your life.»* (*The New York Times*. 14/09/2011), де інтенсифікація емоційності підсилюється порівнянням політичних опонентів зі стадом.

Інтонаційна ввічливість, прохальна інтонація визначається семантикою емоційного висловлювання й зумовлюється реквестивними, ін'юнктивними актами, різними намірами адресанта – одержати нову інформацію, виказати своє ставлення до певних подій, дещо уточнити тощо. Як відомо, ввічливість може реалізуватись у різних комунікативних типах і видах речень, якими особа інтонаційно виражає ствердження, запитання, прохання, спонукання до чогось. Прагматичні пресупозиції адресата змушують адресанта дотримуватись правил мовленнєвої поведінки для мовця, використовувати відповідні формули етикету: *But I just want to fallow up, Mr. Speaker.... Congresswoman Bachman, do you have anything to say about what Governor Perry just said. You're a mom... (The Washingtonpost. 12/09/2011); Asked whether it was possible to had talks if Col Gaddafi had not stepped down, Mr. Longuet said: «He will be in another room in his palace with another title.» referring to the fact that Col Gadaffi has agreed to steer clear of any peace talks (The Morning Star. 11/07/2011).*

Аналізуючи висловлювання *Sam Vaknin: Can you foresee a dominant regional role for China and Turkey? Stevo Pendarovski: China's global penetration is based on its search for resources and political influence and despite persistent local perceptions the Balkans has never been a big reservoir of both... (The Global Politician. 09/05/2011)* відзначимо ввічливе запитання з використанням модального дієслова *can* професора Сема Вакніна до колишнього радника президента Македонії з питань закордонної політики, а зараз голови виборчої комісії професора Стево Пендаровські, на яке подається чітка та рішуча відповідь. Отже, ввічлива інтонація у політичному дискурсі є характерною для адресанта, що має статус нижчий від статусу адресата або ж рівний адресатові.

Через звертання адресант не тільки передає свої емоції, а й апелює до свідомості адресата, часто навіюючи почуття родинної близькості, соратництва, як-от: *Then came a day of reckoning, during the second semester of his sophomore year at Texas A&M University, when he went to see the dean of the veterinary school. His advice: switch to an easier major. «He said, «Son, I'm looking at your transcript,» Mr. Perry said. «You want to be an animal science major.»* (*The New York Times*. 14/09/2011). Для вираження люб'язності, доброзичливого ставлення мовець використовує звертання, в яких повага до адресата підкреслюється додаванням до найменування адресата пошанної прономінативної форми, наприклад, *Herman Cain: ...Another market driven idea, allow association health plans... (Applause). Moderator: Thank you, Mr. Cain (The Washingtonpost. 12/09/2011).*

Таким чином, найменування осіб, директиви, формули ввічливості як різновиди соціальних категорій модусу у сучасному англomовному політичному дискурсі є виразниками емоційності, завдяки якій адресант впливає на адресата мовлення, реалізуючи свої комунікативні наміри.

**Література:**

1. Багмут А. Й. Семантика і інтонація в українській мові / А. Й. Багмут; відп. ред. Т. М. Ніколаєва. – К. : Наук. думка, 1991. – 168 с.
2. Биценко Т. О. Історична динаміка експресивів негативної емоційності в англійському дискурсі XVI-XX ст.: автореф. дис. канд. філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови» / Т. О. Биценко. – Харків, 2004. – 20 с.
3. Носенко Э. Л. Эмоциональное состояние и речь : монография / Э. Л. Носенко. – К. : Вища школа, 1981. – 194 с.
4. Серажим К. С. Дискурс як соціолінгвальне явище: методологія, архітектоніка, варіативність : монографія / К. С. Серажим. – К. : Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, 2002. – 392 с.
5. Шаповал А. І. Імплікатурне вираження емоційного змісту в англійському емотивному дискурсі / А. І. Шаповал // Сучасні проблеми та перспективи дослідження романських і германських мов і літератур. – 2007. – Т. 2. – С. 143-145.
6. Grice H. P. Logic and Conversation / H. P. Grice // Syntax and Semantics. – N. Y. : Academic Press, 1975. – Vol. 3 : Speech Acts. – P. 41-52.
7. CBS News. For 2012 candidates, social conservatism a given / Стаття. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.cbsnews.com/8301-503544\\_162-20117706-503544.html](http://www.cbsnews.com/8301-503544_162-20117706-503544.html)
8. CBS News. Gary Johnson launches Libertarian presidential bid / Стаття. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.cbsnews.com/8301-503544\\_162-57349326-503544/gary-johnson-launches-libertarian-presidential-bid/](http://www.cbsnews.com/8301-503544_162-57349326-503544/gary-johnson-launches-libertarian-presidential-bid/)
9. Euronews. Medvedev on Syria, Ukraine and Russian ethnic harmony / Інтерв'ю. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.euronews.net/2011/09/08/medvedev-on-syria-ukraine-and-russian-ethnic-harmony>
10. The Global Politician. Macedonia's 2011 Independence Day Interview with Stevo Pendarovski. / Інтерв'ю. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.globalpolitician.com/27071-pendarovski-macedonia-kosovo-serbia>.
11. The Morning Star. Time to accept Libya talks – France. / Стаття. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.morningstaronline.co.uk/index.php/content/view/full/106947>
12. The New York Times. Perry Explains His Poor Performance in College / Інтерв'ю. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://thecaucus.blogs.nytimes.com/2011/09/14/perry-explains-his-poor-performance-in-college/?ref=politics>
13. The Washingtonpost. Republican primary debate / Дебати. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.washingtonpost.com/wp-srv/politics/2012-presidential-debates/republican-primary-debate-september-12-2011/>

**Макаренко Ю. В.,**

державний педагогічний університет ім. В. Винниченка, м. Кіровоград

## ІНТЕРНЕТ-ЩОДЕННИК ЯК НОВИЙ ВЕРБАЛЬНИЙ КАНАЛ СПІЛКУВАННЯ

*Стаття присвячена аналізу Інтернет-щоденників як нового лінгвокультурного феномену. Розглядаються засоби привертання уваги потенційних читачів блогів та графічні засоби передачі емоцій.*

**Ключові слова:** Інтернет-щоденник, іллокутивна мета, опосередкований «вуайяризм», трансформація особистості, нікнейм.

*Статья посвящена анализу Интернет-дневников как нового лингвокультурного феномена. Рассматриваются способы привлечения внимания потенциального читателя и графические средства передачи эмоций.*

**Ключевые слова:** Интернет-дневник, иллокутивная цель, опосредованный «вуайяризм», трансформация личности, никнейм.

*The article deals with the analysis of virtual diary as a new linguistic phenomenon. The ways of attracting readers' attention and graphic means of expressing of emotions are described.*

**Key words:** blog, illocutionary aim, mediated voyeurism, transformation of personality, nickname.

З появою нового комунікативного простору трансформується реальність, на зміну їй приходить діалектика двох реальностей: віртуальна накладається на суб'єктивну, розмежується стан перебування on- або off-line; ведеться переоцінка цінностей, змінюються ставлення до часу, пріоритетів та моделей комунікації.

**Актуальність** даної теми пов'язана з виникненням дискурсу блогосфери як нового типу тексту, здатного відображати картину світу особистості, зануреної у віртуальну реальність.

**Мета** статті полягає у розкритті механізмів мовного оформлення блогу та у засобах, якими користуються автори блогів для досягнення популярності.

**Об'єктом** даного дослідження виступають корпуси україномовних та німецькомовних блогів.

**Предметом** виступають мовні одиниці, які є типовими регулярними елементами структури текстів.

Поставлена мета зумовила наступні **завдання**: дослідити корпуси блогів і виявити особливості графічних засобів, які вживаються для передачі емоцій в корпусах блогів.

Популярність приватних щоденників зумовлена здатністю вільного вибору та довільної презентації інформації у них. Ведення блогів є комфортним варіантом опосередкованого спілкування з певним часовим інтервалом. У комунікантів з'являється можливість формулювати свої думки і реагувати на коментарі інших з більшим комфортом (в офлайн не усі є гарними співрозмовниками). Ще одним важливим фактором є перенесення акценту з візуального на комунікативний, креативний, інтелектуальний. М. М. Соколов вважає, що характерний для електронного щоденника перелік викладу подій по-іншому презентує етап знайомства [4].

З точки зору Девіда Вайнберга блоги зсунули кордон між публічною і приватною сферами життя: для блогерів важливим є те, що вони можуть поєднати комунікацію з приватними подіями, викладаючи їх у формі оповіді. Нарратив виступає як засіб організації власного досвіду, в якому відображено емоційний стан оповідача.

К. Калверт висунув ідею про те, що сучасні мультимедійні засоби подібні до опосередкованого вуайяризму» [5, с. 2]. Він називає дві основні причини подібного явища: спроба відшукати «аутентичну правду» у світі упередженої інформації, а також бажання бути причасним до подій оточуючого світу.

На його думку опосередкований «вуайяризм» не набув би такого поширення, якби на це не було згоди об'єктів «підглядання» (бажання авторів блогів бути прочитаним, отримати реакцію на написане). Калверт говорить про чотири основні функції: самовизначення, утвердження в суспільстві, розвиток відношень, соціальний контроль

Парадоксальну ситуацію спілкування у віртуальному дискурсі Ж. Бодріяр назвав «процесією симулякрів» [1]. Користувача Інтернету можна розглядати як симулякр, оскільки він сам формує свою соціальну ідентичність, яка не обов'язково збігається з реальною. «Підробити» віртуальну особистість можна лише завдяки мовним засобам. *(Потім виявилось, що познайомились вони десь тиждень тому у контакт і вирішили зустрітись. От нічо з того і не вийшло, бо він в реальному житті геть зовсім не такий, як у віртуальному. І що з того, що він вмів гарно писати? Що з тих всіх його хороших слів, речень і заворотів? А нічогосінько. Бо, як не крути, по тій писанині ти людину добре не визнаєш, так само як і по фотографії. live the dream)*

Ж. Делез пише про те, що «спостерігач стає частиною симулякра, а його точка зору трансформується і деформує симулякр». Наприклад, Інтернет, де комунікація не має часових та просторових координат: користувач не знає на якому сервері він знаходиться (на своєму чи на сервері провайдера), з ким він вступає в комунікацію. Інтуїтивно автори блогів знаходять близьких собі по духу людей, при тіснішому спілкуванні з'ясовується, що вони приблизно одного віку, рівня освіти, соціального стану. Подібність тезаурусу у більшості випадків неможливо приховати.

Перебування у мережі змінює спосіб мислення і уявлення про себе. Ніхто із учасників мережевого спілкування не лишається тією самою особистістю: мовна особистість трансформується, стає «іншою», «переключається» з одного світу на інший. *(Ich maile nicht den ganzen Tag. Zweimal täglich setze ich mich hin und bin diese andere Person)* (Теркл).

Вважається, що саме можливість самовираження є однією з найпотужніших мотивацій Інтернет-комунікації [Теркл, 1996, Семпсі, 2000, Жичкина, 2001]. Серед причин створення віртуальної особистості найголовнішою вважають прагнення отримати новий досвід, який виступає як самостійна цінність. [Теркл, 1996, Семпсі, 2000].

Вибір способу самопрезентації у Мережі залежить від типу реальної особистості [Сулер, 1996]. Самопрезентація у віртуальному просторі відображає ті наміри та бажання, які неможливо задовольнити у реальному житті, проте які стає можливим реалізувати у віртуальному світі за допомогою технічно опосередкованій комунікації [Келлі, 1997]. У віртуальній комунікації виникає можливість вираження заборонених у реальності агресивних тенденцій [Сулер, 1997], виказати ті погляди, які у реальності не можна виказати навіть близьким людям [Янг, 1997], вираження тих сторін особистості, які у реальному житті подавлені [Янг, 1997; Теркл, 1997], бажання контролю над іншими, маніпуляція іншими [Бекер, 1997; Даутенманн, 1997, Сулер, 1996].

Записам у блогах в цілому притаманна неформальна тональність, ступінь дружельності та серйозності залежить від особистості кожного конкретного блогера, від популярності та тематики. В рамках свого блога кожен автор може встановлювати власні комунікативні і мовні норми і блокувати коментарі порушників цих норм [Херрінг, 2007]. Блоги, підкреслює Е. Салівен, є особистими, сповненими характером їх автора [Салівен, 2002]. Благ вважає, що щоденні записи блогера – це нове усвідомлення свого внутрішнього життя, яке може перетворитись на впевненість у своєму власному майбутньому. Звикаючи коментувати, викладати думки, автор легше артикулюватиме їх у реальному спілкуванні.

У блогах відсутня цензура, тому їх часто ідеалізують і зображають як окремий простір з власною історією, правилами, героями, своєю ієрархією та мовою [2]. У блогосфері формується соціальна ієрархія, тобто користувачі різняться за своїм рейтингом (сюди відносяться кількість заміток або постів, отриманих коментарів, перегляд щоденників інших користувачів та написання коментарів до них), що спростовує думку про рівність у соціальній мережі завдяки скасуванню індикаторів соціального видимого статусу.

Створення нових заміток та написання коментарів потребує великої кількості часу (*...почала за собою помічати, що проводжу тепер тут більше часу, ніж на будь-яких інших сайтах. І це тільки за 4 місяці мого тут перебування*) Не так часто буває, щоб якийсь сайт настільки до себе притягував)) live\_the\_dream). Ті, хто «орієнтується на інших», не тільки хочуть сподобатись, а й постійно пристосовуються до обставин і контролюють своє оточення, щоб визначити лінію своєї поведінки. Д. Рісмен і його послідовники дійшли до висновку, що у результаті такої переорієнтації на інших, особистість може набути синдром неспокою і потребу у великій кількості уваги з боку інших, яка ніколи не задовольняється.

Для віртуальної особистості важлива думка інших. Коли ми говоримо про щоденники, то йдеться насамперед про коментарі та рейтинг. Звідси різні стратегії маніпулювання думкою інших. У ході нашого дослідження ми встановили, що українські блогери активніше у порівнянні з німецькими коментують записи. Найбільша кількість, зафіксована нами – 47 коментарів, представлених у вигляді полілогу – бурхлива дискусія між читачами та автором приватного запису.

Віртуальне середовище надає можливість вступати у контакт з іншими учасниками, залишаючись інкогніто. Ступінь девіртуалізації повністю залежить від бажання учасника комунікації. Автор має необмежені можливості творчого розвитку, в процесі він приміряє безліч комунікативних масок. Автор самостійно на практиці виявляє особливості та норми комунікації, досліджує увесь спектр можливостей, формує свій власний стиль.

Для створення віртуальної особистості віртуальні щоденники використовуються рідко. Автори приватних щоденників прагнуть до автентичності, самореалізації та саморефлексії. Іллюктивна установка автора щоденника спрямована на залучення читачів до контенту. Усі рівні організації блогів (граматичні, лексико-семантичні, комунікативно-прагматичні) пов'язані з цією комунікативною задачею: підтримка зворотного зв'язку, активізація відповідної реакції (комунікативно-прагматична організація полілогу), вміння лаконічно і просто передати думки у короткій замітці [Сулер, 1996]. Автор виявляє комунікативну компетентність, і створює текст, на який його потенційний адресат так чи інакше захотів би відреагувати (*А є дружба між Ч. та Ж. Чи це просто надуманна ілюзія у однієї із сторін?*). Навіть якщо блог пишуть з метою саморефлексії, його пишуть для потенційних читачів. На думку К. Лектрис блогери «потребують бути поміченими іншими авторами веблогів». Досягти цього можна, пишучи коментарі, тим самим викликати цікавість до себе (віртуального), написавши провокаційну замітку. Пишучи замітки, автор щоденника виходить з того, що у будь-який момент він зможе видалити щоденник, він ніколи не зустрине свого читача, в той же час він усвідомлює, що його записи можуть читати близькі друзі та знайомі, тому несе відповідальність за свої нотатки. Меллон, проаналізувавши велику кількість щоденників стверджує, що жоден автор не пише лише для себе.

В текстах блогів представлені мовні засоби двох основних функціонально-стильових сфер літературної мови: розмовної і книжної. Запис у блозі є підготовленим, продуманим, обмеження матеріалу дозволяє пояснити детальну картину відбору і організації мовних засобів. Поєднання таких компонентів комунікативної ситуації, як неофіційність і особистісно орієнтований характер спілкування та письмове мовлення створюють сприятливі умови для їх поєднання в рамках тексту.

Назва блога (*APIGATO, Мое життя, Felicidad, carpe diem Herzscherz*) поряд із заголовком та нікнеймом є важливою складовою дискурсу. Реципієнт сприймає текст через заголовок, орієнтуючись, буде інформація цікавою, чи – ні. Його головна функція полягає у привертанні уваги читача: *«Книготравень, Як я Івана Купала святкувала, Андрухович в шоці!, літній ранок, Zukunftsblicke... Freundschaft beginnt mit Hoffnung, Hörbeschleunigung, Endlich Urlaub !!»*.

Нік дозволяє користувачеві впливати на образ, моделювати віртуальну особистість. Моделюючи свій образ, блогер моделює віртуальний простір, створює собі певний імідж. Створюючи нік, блогер розробляє концепцію, виражену в слові.

На думку Л. Ф. Компанцевої нік – «це спроба пояснити феномен власного існування і стосунків зі світом, своєрідний когнітивний, комунікативний, лінгвістичний експеримент» [2, с. 268].



Середовище інтернет-щоденника є невичерпним джерелом для лінгвістичних досліджень, адже, в ньому письмово зафіксовано усі актуальні процеси, які відбуваються в мові: засоби компресії, стилістика. Щоденники відображають професійне мовлення, вікові і гендерні особливості, мовну картину світу; вони є індикаторами стану мовної та загальної культури сучасників.

До стратегічних переваг ведення щоденника належать можливість контролю над процесом комунікації та створення відредагованої картинки власного життя. Вищезгаданий вид комунікації дозволяє контролювати, упорядковувати і обирати бажаний вид спілкування та експериментувати з мовними засобами, випробувати себе у різних ролях, «спробувати» різні стилістичні прийоми.

Подальшою перспективою для дослідження може стати вивчення засобів інтенсифікації фативи та причини комунікативних невдач авторів блогів.

#### **Література:**

1. Бодріяр Ж. Симулякри і симуляція. – Київ : Основи, 2004. – 230 с.
2. Компанцева Л. Ф. Гендерные основы Интернеткоммуникации в постсоветском пространстве: Монография. – Луганск : Знание, 2004. – 404 с.
3. Костерина И. В. Публичность частных дневников: об идентичности в блогах Рунета: «Неприкосновенный запас» 2008, №3 (59) [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://magazines.russ.ru/nz/2008/3/>
4. Соколов М. М. Онлайн-дневник, теории виртуальной идентичности и режимы раскрытия персональной информации // Личность и межличностное взаимодействие в сети Internet. Блоги: новая реальность: Сборник статей. СПб. : С.-Петербургский университет, 2007. – С. 9-39.
5. Calvert Clay Voyeur Nation: Media, Privacy, and Peering in modern culture boulder. – Colorado : Westview Press, 2000. – 274 с.
6. Turkle, S. Virtuality and its discontents: Searching for community in cyberspace. – The American Prospect, 1996. – С. 50-57.



Марку В. І.,

Буковинський державний фінансово-економічний університет, м. Чернівці

## ДЕРИВАТИВИ З АГЕНТИВНИМИ СУФІКСАМИ У ГАЗЕТНОМУ ДИСКУРСІ ТА ЖАНРІ ФЕНТЕЗІ

У статті розглядаються питання пов'язані з етимологічною, ономаціологічною, семасіологічною класифікацією агентивного суфікса, який входить до складу номінативних одиниць з формантами *-er, -or, -ist, -ent, -ant*. Етимологічна класифікація займається питаннями походження деривативних одиниць; ономаціологічна класифікація розглядає агентивний суфікс як формант, який бере участь в утворенні *dead'єктивних, девербальних та деномінальних іменників*; відповідно семасіологічної класифікації агентивний суфікси розрізняють деривати на позначення пацієнса та агенса. Результатом дослідження стало створення таблиці, де розміщені дані класифікації та опис словотвірної моделі відповідно якій утворюються агентивні деривати з розглянутими формантами.

**Ключові слова:** дериватив, агентивний суфікс, етимологія, пацієнс, агенс, семантика, дериваційний афікс, деривація, *dead'єктивні іменники, деномінальні іменники, девербальні іменники.*

**Ключевые понятия:** дериватив, агентивный суффикс, этимология, пациент, агенс, семантика, деривационный аффикс, деривация, *dead'єктивные существительные, деноминальные существительные, девербальные существительные.*

**Key-words:** derivative, agentive suffix, etymology, semantics, agent, patients, derivational affix, derivation, deadjectival nouns, denominal nouns, deverbial nouns.

Лінгвістичні дослідження останніх років характеризуються антропологічною спрямованістю, яка розглядає мову як інструмент для пізнання дійсності. Дериватологія, як галузь лінгвістики, не лише не залишилась осторонь даної проблематики, але й виробила власний підхід до її реалізації, найяскравішим прикладом якого можуть слугувати деривати з агентивними суфіксами [6, с.22-23], [5, с.27].

Тема даного дослідження – деривати з агентивними суфіксами у газетному дискурсі та жанрі фентезі.

**Актуальність** даної роботи пов'язана з зростанням кількості досліджень

об'єднаних даною темою, про що свідчать праці Л.Б. Коржевої, яка розглядає

питання агентивних суфіксів у контексті сучасної англійської літератури; О.С. Кубрякова досліджує комунікативну лінгвістику, зокрема реалізація деривативів з агентивним значенням при спілкуванні та питання пов'язані з словотвірними моделями дериватів, які містять агентивні афікси та де провідне місце надається словотвірному значенню, яке вважається сукупністю лексичного значення твірного слова та агентивного суфікса [3, с.19-20].

**Мета** даного дослідження – аналіз агентивних суфіксів та відповідна їх класифікація відповідно лексичному значенню, походженню, семантичних особливостях дериватів, які містять дані дериваційні афікси.

**Об'єктом** даної роботи є дослідження похідних лексичних одиниць, які містять у своєму складі агентивні суфікси.

**Предмет** даної роботи – аналіз та класифікація агентивних афіксів, які вживаються у жанрі фентезі відповідно їх етимологічним, семантичним та функціональним особливостям.

Для досягнення поставленої даної мети необхідно розв'язати наступні завдання:

- 1) виокремити деривати жанру фентезі та газетного дискурсу, які містять агентивні суфікси;
- 2) класифікувати агентивні суфікси за етимологічними, семантичними та лексичними ознаками;
- 3) для кожної класифікації розробити словотвірну модель лексичної одиниці з агентивним суфіксом.

**Матеріалом дослідження** слугує вибірка 204 агентивних дериватів твору жанру фентезі «Хроніки Нарнії» та Клайва Люїса, «Скарби Соломона» Генрі Хагарда.

Багато праць, які висвітлюють проблематику агентивних суфіксів використовують таке поняття як «дериватив». Дериватив – це похідне слово, при утворенні якого твірна основа взаємодіючи з дериваційним афіксом утворює нову за лексичними та морфологічними критеріями лексичну одиницю [4, с.26].

Зміна лексичного значення деривата по відношенню до твірної основи є результатом її взаємодії з дериваційним афіксом [11, с.142].

Внаслідок даної взаємодії виникають деривати з значенням агенса employ + -er → employer (a person, firm a business that employs workers) або ж пацієнса

employ + -ee → employee (a person who is hired to work).

До агентивних суфіксів, які використовуються для утворення дериватів з значенням «агенса» належать наступні агентивні суфікси:

- 1) -er/-or (paint + -er → painter, direct + -or → director);
- 2) -ist (piano + -ist);
- 3) -ant/-ent (account + -ant → accountant, reside + -ent → resident)
- 4) -ess (waiter + -ess → waitress), тоді як агентивний суфікс «-ee» вживається як деривативний суфікс для позначення «пацієнса» [6, с.5, 67].

Розглядаючи деривати «employee» та «employer» ми чітко можемо стверджувати, що дані агентивні суфікси відрізняються не лише наявністю чи відсутністю семи, що позначає пасивність, але й етимологічно, оскільки суфікс «-ee» вважається агентивним суфіксом, який позначає пацієнса, та походить від латинських дієприкметникових закінчень -atus, ata, які через французьку мову перейшли до англійської; тоді як суфікс «-er» позначає агенса. На відміну від «-ee», даний дериваційний афікс походить від староанглійського суфікса «-ere», який пов'язаний з німецьким афіксом «-er» та латинським «-arius» [5, с.25-27].

До групи агентивних суфіксів латинського походження належать наступні дериваційні афікси:

– іменниковий суфікс «-or» (prosecutor), етимологія якого пов'язана з існуванням у старофранцузькій мові суфіксів «-eur» та «-eor», які перейшли в англійську та походження яких пов'язане з латинськими суфіксами «-or» та «-ator».

«-an» використовується як іменниковий суфікс так і прикметниковий (Elizabethian) та означає концепт приналежності або спорідненості елемента [11, с.147].

«-ist» (artist) вважається агентивним суфіксом, етимологія якого пов'язана з розвитком латинських суфіксів -ista, -istes;

Агентивний суфікс «-ess» (waitress), походить від латинського суфікса «-issa».

До групи агентивних суфіксів германського походження належить лише один агентивний суфікс: «-er» (painter), етимологія якого пов'язана з германським «-er» [11, с.147].

Функціональна класифікація агентивних афіксів розглядає їх через призму частотності вживання у мові виділяє:

– суфікси з незначною частотою вживання – це переважно суфікси, які використовувалися для розрізнення роду, категорія якого на сучасному етапі розвитку англійської мови граматичними маркерами не передається. Єдиний агентивний суфікс, який зустрічається у досліджуваних творах – «-ess» (authoress).

– загальноновживані агентивні суфікси: «-er/-or», «-an», «-ian», «-ist» [7, с.28].

Оскільки мова розглядається багатьма лінгвістами як система, то їй характерна така ознака, як замкнутість та обмеженість. Обмеженість пов'язана з тим, що мова для характеристики певного концепту використовує певну кількість лексичних одиниць. Одну і ту ж інформацію ми можемо подати у вигляді речення (a person who votes) або ж у вигляді дериватів з агентивними суфіксами (a voter) при якому відбувається компресія речення, що залежить від наміру автора донести інформацію до аудиторії та реєстру самого дискурсу, де має місце дана інформація [11, с.145].

З обмеженістю мови, пов'язана наступна класифікація агентивних суфіксів – семантична.

Суфікси -er та -ee використовуються для творення **девербальних іменників**, які вважаються деривативними іменними лексичними одиницями, утворені від девербальних основ за допомогою відповідних суфіксів (trade → trader), speculate → (speculator), (employ → employee).

**Деад'єктивний іменник** – представляє наступну лексичну одиницю, у творенні якої беруть участь агентивні суфікси, та що означає іменник, утворений від прикметника за допомогою суфікса. Єдиними деад'єктивними суфіксами являються -an/-ian (Elizabethian), які використовуються для позначення приналежності до чогось або спорідненості чомусь [7, с.28].

Агентивні суфікси вживаються також і у складі **деномінальних іменників**, тобто іменників, утворених від іменників, за допомогою суфікса. Найуживанішими суфіксами для творення деномінальних іменників у розглянутих типах дискурсу є наступні дериваційні афікси: **-ty** (admiralty) та **-ment** (armament). Суфіксами з агентивним значенням вважається суфікс -ist

(pianist) та -ess (mistress, waitress). Дериваційний афікс -ist може виступати деномінальним суфіксом, брати участь у творенні іменників (piano + -ist → pianist), так і девербальним, тобто бере участь у творенні іменних одиниць з дієслівними основами (type → typist) [3, с. 189-190].

Приналежність суфікса одній частині мови не завжди означає, що він має однорідне лексичне та семантичне значення. Якщо, до прикладу, суфікс -er у «teacher» виступає у ролі агентивного суфікса, то у слові pencil-sharpener, нічого спільного з агентивним значенням, яке позначає рід діяльності осіб, окрім форми, даний дериваційний афікс не має [1, с. 422, 559].

Іменникові суфікси можуть використовуватися і для позначання абстрактних понять, ідеологій, течій у літературі чи мистецтві; до таких належать наступні дериваційні афікси: -ism (cubism, journalism, materialism) та -ship (friendship), -ness (customariness).

Дослідження агентивних суфіксів сприяє не лише їх класифікації, але й впливає і на класифікацію інших елементів дериватології, а саме словотвірного значення та твірних основ.

У залежності від здатності деривата бути вмотивованим по відношенню до твірної основи чи невмотивованим розрізняють вмотивовані деривати з агентивним суфіксом, які вмотивовані мотивуючим словом («voter» – а

person who votes ) та невмотивовані у яких відсутня будь-яка мотивація з твірним словом («floater» – , a person who has the right to vote but is not committed to any political party, undecided voter).

Помилковим є твердження про те, що похідною основою для усіх дериватів з агентивними суфіксами виступають вербальні основи, оскільки для словотвірної моделі politician, musician характерна номінальна основа.

Результатом нашого дослідження може слугувати наступна таблиця:

Класифікація			
1. Відповідно лексичному значенню деривата	агенси -er/-or, -ist, -ant/-ent, -ess	пацієнси -ee	
2. За походженням	латинські: «-or» ,»-an» «-ian»; «-ist» «-ess», -ant/-ent .	германський суфікс : «-er»	
3. Функціональна	Загальноживані «-or», «-an» «-ian»; «-ist», «-er» -ant/-ent .	Застарілий «-ess»	
4. Семантична	девербальні іменники: -ee, -er, -ee	деад'єктивний іменники: -an/-ian	Деномінальні іменники: -ty, -ment, -ist та -ess

Згідно даній таблиці, агентивні суфікси утворюють деривати зі значенням агенса чи пацієнса; більшість агентивних суфіксів прийшли в англійську мову з латинської через французьку. Мабуть, це відбулося внаслідок того, що ці запозичення є одними із найдавніших. Вони утвердилися в англійській мові після норманського завоювання. Грецькі агентивні суфікси є властивими для багатьох мов, так як вони пов'язані із розвитком науки. Агентивні суфікси запозичені з інших мов є малопродуктивними, оскільки увійшли до словника англійської мови відносно нещодавно [2, с.24- 32].

Агентивні суфікси утворюють відповідні деривати за наступними словотвірними моделями:

n + suff.agent. → noun;

v+ suff.agent. → noun.

Дослідження агентивних афіксів дає змогу не тільки дослідити та зрозуміти їх сутність та природу, але й на основі даних досліджень пов'язати досліджувані елементи з іншими компонентами мови, показати взаємовплив різних мовних одиниць, що є ознаками мови, які знайшли своє відображення у дериватології – системність та ієрархічність.

#### Література:

1. Балла І. В. Новий англо-український словник / І. В. Балла. – К. : Чумацький Шлях, 2008. – 670 с.
2. Ильиш Б. А. История английского языка / Б. А. Ильиш – Л. : Посвящение, 1972. – 350 с.
3. Кубрякова Е. С. Язык и знание: пути получения знаний о языке / Е.С. Кубрякова. – М. : Языки славянской культуры, 2004. – 560 с.
4. Левицький В. В. Основи мовознавства / Левицький В. В., Іваницька М. Л., Іваницький Р. В. – Ч. : «Рута», 2010. – 149 с.
5. Полюжин М. М. Функціональний та когнітивний аспекти англійського словотворення / М. М. Полюжин – Ужгород : Закарпаття, 1999. – 240 с.
6. Потапова И. А. Кореневые и суффиксальные проблемы в англ. языке / И. А. Потапова // Проблемы словообразования в англ. языке. – С. 2010. – 122 с.
7. Філіпова І. В. Граматика і семантика деад'єктивного іменника в англ. мові / І. В. Філіпова // Іноземна філологія. – Львів, 1981. – Вип. 68. – С. 27-33.
8. Lewis C. S. The Chronicles of Narnia / Lewis C.S. – Oxford : Wordsworth Classics, 2010. – 99 p.
9. Haggard H. R. King Solomon's Mines / Haggard H. R. – Croydon : Penguin Popular Classics, 2011. – 297 p.
10. The Oxford Dictionary of English Etymology. – Oxford University press, 2011. – 2152 p.
11. A Course in Modern English Lexicology / [Ginzburg R.S., Khidekel S. S., Knyazeva G. Y., Sankin A. A.]. – М. : Higher School Publishing House, 1966. – P. 140-164.

Мицан Д. М.,

Прикарпатський національний університет ім. В. Стефаника, м. Івано-Франківськ

## ЛОКАТИВНЕ ВЖИВАННЯ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ З КОМПОНЕНТАМИ-НАЗВАМИ ЧАСТИН ТІЛА

*Стаття присвячена соматичним фразеологізмам у локативному вживанні. Аналізуються основні поняття соматизмів і їх символічні значення у складі ФО української мови. Виокремлюються найбільш вживані назви частин тіла, які є компонентами фразеологізмів. Наводиться поділ таких фразеологізмів згідно структури.*

**Ключові слова:** соматизм, фразеологізм, соматичний фразеологізм, десемантизація соматизмів.

*Статья посвящена соматическим фразеологизмам в локативном употреблении. Анализируются основные понятия соматизмов и их символическое значение в составе ФЕ украинского языка. Выделяются наиболее употребительные названия частей тела которые являются компонентами входящими в состав фразеологизмов. Предлагается деление таких фразеологизмов относительно структуры.*

**Ключевые слова:** соматизм, фразеологизм, соматический фразеологизм, десемантизация фразеологизмов.

*The article deals with somatic idioms in locative use. The basic concepts of somatic words and their symbolic meanings in the structure of phraseological units of the Ukrainian language are analyzed. The most frequently used names of parts of body which are the components of idioms are distinguished. The classification of the above idioms is given according to the structure.*

**Key words:** somatic word, idiom, somatic idiom, desemantization of somatic words.

У кожній мові соматизми належать до найдавнішого пласту лексики і беруть активну участь у творенні фразеологічних одиниць (ФО), які ілюструють фрагменти мовної картини світу певного народу. Соматична фразеологічна одиниця (далі СФО) – це стійке словосполучення, до складу якого входить лексичний компонент, що містить назву частини або органа людського тіла. Саме СФО найкраще характеризують антропоцентричне сприйняття світу людиною. Тому актуальними є дослідження соматичної фразеології як способу емоційно-експресивного осмислення дійсності і відбиття фактора суб'єктивності у мові. Посилена увага дослідників зосереджується на позиції людини у процесі мовлення і проблемах функціонування мовної свідомості.

Соматизми виступають найчастіше як семантичні центри сталих виразів, навколо яких утворюються окремі фразеологічні гнізда. Оскільки кожна мова керується чітко окресленим лексичним складом, то кількість цих гнізд чітко обмежена.

Фразеологізми з соматичним компонентом досліджувалися на матеріалі багатьох слов'янських мов: польської (Д. Філяр, А. Пайджинська, К. Секерська), української (В. Мокієнко, Л. Коломієць, В. Скар, російської (Д. Скарнов), болгарської (С. Саїдова), хорватської (Б. Ковачевич), словенської (Е. Кржишник) та ін. Останнім часом з'явилася значна кількість праць порівняльного характеру, присвячена дослідженню соматичних фразеологізмів двох або більше мов: А. Пайджинська (на матеріалі польської, чеської і словацької мов), М. Горди (польської і російської), Е. Міхов (польської і болгарської), А. Смерчко (російської, української і польської), А. Неруш (чеської і української).

Об'єктом нашого дослідження є специфічна група фразеологічних одиниць у яких соматичні компоненти вживаються у локативному значенні. На думку вчених, соматичні компоненти у своєму значенні містять периферійні семи локативності. І саме тому, за допомогою мінімальних додаткових мовних засобів у них відбувається активізація локативності як результат переміщення сем з периферії семної структури до її центру. Тобто у соматичних компонентах фразеологізмів відбувається актуалізація потенційних просторових сем. Цим семам є характерна перехрещення концептів «людина» і «простір».

Треба додати, що поняття локативності не пов'язане з однією лексико-граматичною категорією: воно є наявне практично у всіх самостійних частин мови, а також формує різні класи орієнтирів (прийменники, займенники, прислівники). У загальному вигляді засоби локативності за формальними ознаками можна диференціювати як номінативні, процесуальні і релятивні.

З давніх часів людина прагнула наділити людськими рисами предмети навколишнього світу, у тому числі і неживі. Ш. Баллі стверджував: «Споконвічна недосконалість людського розуму проявляється також у тому, що людина завжди прагне одухотворити те, що його оточує, ... вона постійно усім предметам навколишнього світу приписує риси і прагнення, характерні для її особистості» [1, с. 221].

Є пояснення тому, чому власне назви частин людського тіла продуктивно використовуються в якості метафоричних і метонімічних універсалій при утворенні фразеологізму [3, с. 130]. Називання нового предмету у людини супроводжується асоціаціями, насамперед з тими, які для неї є добре відомими, що постійно знаходяться біля неї. Мовознавці зауважили: завдяки тому, що частини тіла постійно є перед очима, вони і стають специфічним еталоном для порівняння [5, с. 104]. З тією самою причиною пов'язане і те, що у створенні ФО використовуються назви частин тіла тварин (*бути у хвості, розпускати назурі, із шкури лізти*) і ін. Таким чином легко пояснити наявність у інших мовах багато чисельних аналогів ФО з соматичним компонентом, які є близькими за структурою, складом і образною спрямованістю вживання.

Що стосується простору, то його «олюднення» було характерним для ранніх періодів розвитку мови, який описує обжитий людиною простір за допомогою соматизмів: *підніжжя гори, гірський хребет, золотоносна жила, з лиця землі*. З іншого боку саме соматизми початково служили мірою простору (*хлопчик-мізинчик, коса до поясу, море по коліна, по лікоть, вище голови*).

Слід зазначити, що у фразеології людина може бути зображена як одне ціле (*вийти з себе, тримати себе у руках*). Також може бути зображена у вигляді її частин – як зовнішніх (*висіти на шії, падати з ніг*), так і внутрішніх органів (*сидіти в печінках, вирвати з серця*).

Однак різні частини тіла мають різну ступінь продуктивності при утворенні метафор. Назви *паха, пазуха, пупець* у складі соматичних фразеологізмів використовуються дуже рідко, натомість лексеми *голова, рука, серце, нога, око* часто. Найбільш продуктивними є ті лексеми – соматизми, функції яких в організмі людини є найбільш зрозумілими, саме з цим є пов'язана легкість їх переосмислення. Під час проведення дослідження вияснилося, що в утворенні ФО бере участь біля сорока назв частин людського тіла. Найбільша частота вживання є характерна для соматизмів око – 1444, серце – 745, голова – 740, рука – 566, нога – 371, язик – 283 [4, с. 46]. Досить рідко у складі фразеологізмів трапляються соматизми *п'ята, нігті, груди*.

Лексеми – соматизми в кожній конкретній мові можуть мати нове вживання пов'язане з символікою денотатів. Існуючи в складі фразеологічних одиниць ці слова, так би мовити, «уточнюються» у своїх функціях, а мовна спільнота приймає їх як належне. Наприклад, про дуже худу особу у різних мовах говорять, вживаючи ФО: українською *шкіра та кості*, російською *кожа да кости*, білоруською *кожа і кости*, польською *skóra i kości*, болгарською *сама кожа и кокали*. Можна помітити, що у слов'янських мовах ці форми є подібними, натомість мови інших груп презентують цілком різні форми: англійською *nothing but skin and bone* (дослівно нічого крім шкіри і костей), шведською *bara skin och ben* (тільки шкіра і кості), турецькою *bir deri, bik kemik* (сама шкіра, сама кістка), в'єтнамською *ni 'o 'ng boc da* (кістки прикриті шкірою), узбецькою *куруқ суяк* (суха кістка) [7, с. 321]. Як бачимо, соматичні фразеологізми, незважаючи на невеликі культурні відмінності, віддзеркалюють універсальні цінності, які є характерними для багатьох народів. Також кожна мова в понятті соматизму відтворює національну специфіку.

Частини тіла і їх назви у різних мовах виступають не тільки у буквальному значенні – вони також мають символічний характер. Спробуємо проаналізувати основні поняття і їх символічні значення у складі ФО української мови.

Голова. В антропоцентричній моделі світу є центром розуму, місцем духовного життя. У символічному сенсі вона трактується як місце перебування душі і центр народження дітей. Від найдавніших часів розвитку мови голова є значеннєвим центром найрізноманітніших асоціацій і метафор. Ця частина тіла керує думками і розумом, тому основне конотативне значення соматизму – поміркованість і розум або їхня відсутність (*мати світлу голову, мати олію в голові, мати свою голову на плечах, дурна голова, пуста голова*). Прикметники в складі таких фразеологізмів часто є синонімами до осіб яких окреслюють наведені ФО. Часто лексема «голова» набуває ширшого значення, а саме відповідає за життя людини – вона називає життєво-важливу частину тіла (*поплатитися головою, зняти голову з плечей, зломити голову*). Додаткове значення вносить сема переваги, яка закладена в семантиці фразеологізмів високо тримати голову, не схилити голови, у голові. Крім того соматизм голова входить до складу фразеологізмів, які мають значення: 1) фізичний стан (*голова морочиться, болить голова, комусь хміль голову розбирає*); 2) людська діяльність (*хапатися за голову, битися головою об стіну*); 3) міра і ступінь: (*вище голови, аж у голову, в головах*).

Серце. Від найдавніших часів серце є основним людським органом, місцем фізичної сили, центром усіх почуттів і емоцій. За словами Платона це є орган, який перший починає жити в людському тілі і останній який в ньому помирає [6, с. 358]. Досить часто серце вживається як синонім до самої людини (*кам'яне серце, зі щирим серцем, відкрите серце, без серця*). Велика кількість ФО з даним компонентом утворюють семантичне коло зі значенням місця любовних переживань (*припасти комусь до серця, узяти серце, розбите серце, слухатися серця*). Фразеологізми з цією лексемою можуть також вказувати на серце як місце і інших почуттів (*важко на серці, приймати до серця, носити в серці, туга на серці*).

Око. Око у Святому Письмі є символом батьківської турботи Бога, але також і символом суддівського споглядання. Це орган зору завдяки якому людина все бачить і оцінює. Дивитися і оцінювати можна по різному. Можна *кинути оком, глянути одним оком, охопити бистрим оком*, а можна *заглядати в очі, вліпити очі чи проводити очима*. Очі також можуть бути показником людських стосунків (*говорити у вічі, плювати комусь у очі, зав'язати комусь очі, лізти в очі*). Очима можна подавати якісь знаки, що мають конкретне значення: *кліпати очима, лупати очима, блискати очима*.

Рука. У Біблії руки виступають як символ дії і давання – Бог сам сказав, що Його, Божі руки створили небо і землю. Також рука трактується як керуюча, рятувальна або караюча сила [6, с. 362]. Рука у складі СФО відіграє практично універсальну роль – цей соматизм вживається з різноманітними значеннями. Серед них найбільш регулярні ті, які називають дію (*розв'язувати руки, піднімати руку, опустити руки*), а також соціальні і особисті стосунки (*подати руку, носити на руках, зв'язати руки*). Такі жести мають символічне значення, яке є добре відомим у багатьох мовах. Фразеологізми з компонентом рука можуть окреслювати фізичний і психічний стан людини (*попасти під гарячу руку, мати важку руку*). Чисельними також є ФО зі значенням місцезнаходження чогось: *взяти у свої руки, прибрати до рук, попасти у руки*. Лексема рука, подібно до лексеми голова, може вживатися як синонім до самої людини. З єдиною різницею що голова замінює людину на рівні розуму, поміркованості, а рука з погляду діяльності (*на руку комусь, золоті руки, щедрою рукою, чужі руки*). Рука як знаряддя праці є одним з найважливіших стереотипів людського мислення. Це закладено у значенні фразеологізмів *не жалити рук, рук не чути*.

Нога. Нога і слід (стопа) у своїй символіці є тісно між собою зв'язані. На ногах міцно стоїш на землі, ними щось топчеш або завдяки їм ходиш. Слідом стопи є те, що залишається після відходу. Слід вказує на те, в якому напрямку хтось пішов [6, с. 363]. Нога асоціюється з рухом і швидкістю. Ці два явища можуть бути різними, напр., *сунути нога за ногою, налягати на ногу, перебирати ногами*. Своє ставлення до когось також можна виразити через ФО *упасти комусь до ніг, хапати когось за ноги, топтати під ноги*. У сталих сполученнях ноги досить часто протиставляються голові і зв'язаному з нею ментальному началу, так як діючий і механічний орган – розумному: *за дурної голови ноги терплять, через дурну голову нема ногам спокою*. Соматичні фразеологізми з

цим компонентом можуть віддзеркалювати значення стійкості або її відсутності (як у прямому так і переносному значенні) і впевненості в собі: *стати на ноги, втрачати ґрунт під ногами, ґрунт поповз з-під ніг, стояти однією ногою в могилі*. Семантика правого і лівого в стосунку до ноги (як і руки) є універсальною, напр., *встати з лівої ноги*. «Лівий» в даному випадку означає щось неправильне, негативне.

Спина (плечі). Ця частина тіла символізує надійність, стабільність, захист. Це добре ілюструють фразеологізми *сховатися за чужу спину, мати за плечима, мати плечі*. Також все, що знаходиться за спиною означає небезпеку, оскільки є поза полем зору і має фактор несподіванки – *всадити ніж в спину, удар у спину*.

Душа. Це поняття являє собою дещо умовне місце, яке не має конкретного матеріального вираження. Найчастіше цей соматизм входить до складу ФО зі значенням психічного стану людини і особистих стосунків (*лізти в душу, з відкритою душею, всією душею*).

Аналіз корелятивних відносин між формою і змістом СФО дає змогу виокремити одиниці двох типів: фразеологізми ізосемічної і неізосемічної структури. Для перших властива є кореляція між локативними компонентами, як у формальній, так і семантичній структурі. Наприклад, *під носом, під рукою* – ‘близько’; *плече в плече, рука в руку* – ‘впритул один до одного’, разом; *нога в ногу* – ‘нарівні’. Фразеологізми ізосемічної структури представляють небагато чисельну у кількісному відношенні групу. Опіраючись на їхню семантику, можна виокремити декілька підгруп фразеологізмів:

- зі значенням далеко (*світ за очі*);
- зі значенням близько (*рукою подати, око в око, під носом, під боком, ніс у ніс*);
- зі значенням близько + рух (*пліч о пліч, лікоть у лікоть*);
- зі значенням не визначеного напрямку (*нога людська не ступала, куди очі бачать*);
- зі значенням місце розташування у просторі (*у хвості, в головах, під ногами*);
- зі значенням міри (*по горло, по вуха, по коліна*).

Фразеологізми неізосемічної структури відзначаються асиметрією між компонентами відкритого і закритого типу, яка виражається в невідповідності одиниць плану форми одиницям плану змісту. ФО неізосемічної структури творять декілька ідеографічних груп в залежності від загального значення: 1) діяльність людини (власне дії, мовна діяльність, поведінка людини, спосіб дії) – *палець об палець не вдарити, довгий язик, плескати язиками, обвести навколо пальця*; 2) соціальний простір (стосунки, соціальна поведінка) – *протягнути руку, носити на руках, з відкритою душею, тримати себе в руках*; 3) фізичний стан – *в поті чола, виживати з розуму, протягнути ноги, встати на ноги, виваливши язик*; 4) психічний стан – *встати з лівої ноги, грати на нервах, стояти поперек горла, під гарячу руку, сидіти в печінках*; 5) інтелектуальний стан – *зарубати на носі, вбитися в пам'ять, забивати голову*; 6) характеристика людини – *шмарок з носа висить, молоко на губах не обсохло, на одне лице, і бровами не веде*; 7) міра і ступінь – *з голови до ніг, всією душею, комар носа не підточить, пробирати до костей, до нігтів*.

Не можна не помітити, що ступінь десемантизації соматизмів в фразеологізмах ізосемічної структури є слабшим ніж у фразеологізмах неізосемічної структури. Мотиваційні моделі перших є доволі прозорими, оскільки частково можуть опиратися на «внутрішню форму» прототипних словосполучень. Наприклад, тотожність мотиваційної моделі ФО типу *перед очима, під рукою, куди не кинь оком* і інші подібні прототипні сполуча з загальним значенням ‘в полі зору’. Це саме можемо сказати і про мотивації динамічної моделі фразеологізмів типу *пліч о пліч, нога в ногу, ніс у ніс* (прототипна ситуація – рух людей в одному напрямку на дуже близькій відстані. У фразеологізмів неізосемічної структури рівень десемантизації, безумовно, є вищим хоча б тому, що у них відсутня кореляція між правою і лівою частинами.

Антонімія є притаманна і фразеологізмам інших семантичних рядів. Наприклад, *повернутися лицем – повернутися плечима, з душею – без душі, підняти руки – опустити руки, прикусити язик – розпустити язик*. Це є свідченням того, що соматизм є притаманна слаба ступінь десемантизації. На підтвердження цього можна навести приклади ФО, у яких один і той самий соматизм реалізує різні семантичні відтінки: *по вуха в боргах, закохатися по вуха* – ‘дуже сильно’, *нагострити вуха* – ‘підслуховувати’, *вуха насторожі* – ‘в стані готовності’, *пропустити повз вуха* – ‘не почути, не звернути уваги’. [2, с. 64]. Тим не менше в окремих фразеологізмах рівень десемантизації соматичних компонентів є досить високим (*дивитися правді в очі*).

У когнітивному аспекті концептуалізація вербальних компонентів фразеологізмів тягне за собою і концептуалізацію більш широких понять. Так за посередністю концепту «голова» у ФО передаються уявлення людини про щастя, його інтелектуальному просторі. Голова символізує верх як цілеспрямованість людини до Бога і як рівень її розумової діяльності: *на голову вищий, голова варить, голова на плечах, з головою, з головою зануритися* і ін. Бінарність онтологічної сутності людини у фразеологізмах підкреслює її психічну контрарність через дуальні ознаки простору. Скажімо у людській будові чітко проглядається трьохвимірність простору: верх – (голова, плечі), низ – (ноги, коліна, стопи), перед – (груди, очі, обличчя), зад – (потилиця, спина), право – (рука, бік, нога), ліво – (рука, бік, нога). За допомогою цих ознак реалізується характеристика простору буття людини, яке у гносеологічному аспекті має білатеральну будову. Звідси і опозитивність умовного простору (тобто простору діяльності, фізичного і психічного простору, соціального простору і ін.): щастя – нещастя, здоров'я – хвороба, життя – смерть, сакральне – світське, багатий – бідний і ін.

Звідси соматизми, які називають нижню частину тіла людини, передають її принижене соціальне положення (*лизати п'ятки, у ногах валятися, схилити коліна, поставити на коліна, повзати на колінах*), а соматизми, назви верхніх частин тіла, – її високий соціальний статус (*високо тримати голову, голова на плечах, брати в руки, з піднятою головою*). У СФО спостерігається позитивна конотація вертикального положення людини, яке символізує її здоров'я і життєву активність, і негативна конотація горизонтального – як символу хвороби (*стояти твердою ногою, міцно стояти на ногах, встати на ноги, і протягнути ноги, схилити голову, звернути шию, лежати на боці*) [8, с. 293].

Однак такий поділ має відносний характер, оскільки ситуаційно один і той самий соматизм може входити до складу фразеологізмів з протилежними значеннями: *з піднятою головою* – *з опущеною головою*, *впасти на коліна* – *піднятися з колін*. Соматизм «спина» частіше має негативну оцінку дії людини (*ховатися за спину*, *всадити ніж у спину*), але може набувати і позитивне забарвлення. Наприклад, сучасний слоган *«якщо тобі плюють у спину, значить ти ідеши попереду»*.

При більш детальному дослідженні дуальний характер СФО переходить у трихотомію «тіло – розум – душа». Тіло протиставляється розуму і душі, як високе – низькому, земне – сакральному. Часто слову «розумний» з позитивною конотацією протиставляються слова «розумник», «зарозумілий». Аргумент на користь невисокої оцінки розуму в українській мовній картині світу – оцінка в словах «безумство» і «безрозсудно» не завжди негативна (на відміну від слова «бездушний»).

Таким чином фразеологізми з соматичними компонентами у локативному вживанні віддзеркалюють об'єктивні і суб'єктивні реалії у світі, в центрі якого знаходиться людина у всіх своїх проявах.

#### Література:

1. Балли Ш. Французская стилистика. / Пер. с фр. К. А. Долинина. – М. : Изд-во иностр. лит., 1961. – 394 с.
2. Бобух Н. Антоніми та фразеологізми з семантично протилежними компонентами // Мовознавство. – 1992. – № 4. – С. 62-67.
3. Потебня О. Эстетика і поетика слова. – К. : Мистецтво, 1985. – 302 с.
4. Ужченко В., Ужченко Д. Фразеологія сучасної української мови. – К. : Знання, 2007. – 494 с.
5. Чайко Т. Названия частей тела как источник метафоры в апеллятивной и ономастической лексике // Вопросы ономастики. – № 8-9. – Свердловск, 1974, С. 98-106.
6. Fosrner D. Świa symboliki chrześcijańskiej. – Warszawa : Instytut Wydawniczy Pax, 2001. – 544 s.
7. Lewicki A., Pajdzińska A. Frazeologia [w:] Encyklopedia kultury polskiej XX wieku, t. 2: Współczesny język polski / Pod red. J. Bartmińskiego. – Wrocław, 1993, – S. 307-326.
8. Lyonys J. Semantyka, t. 2. / Tłum. A. Weinsberg. – Warszawa, 1989. – 246 s.

#### Джерела:

1. Етимологічний словник української мови / Голов. ред. О. С. Мельничук. – К. : Наук. думка, 1982 – 1989. – Т. 1-3.
2. Словник фразеологізмів української мови / Укл.: В. М. Білоноженко та ін. – К. : Наук. думка, 2003. – 1104 с.
3. Фразеологічний словник української мови: В 2 кн. – К. : Наук. думка, 1993.

Місягіна І. М.,

Університет права імені Короля Данила Галицького, м. Івано-Франківськ

## ДИСКУРСИВНИЙ АКТ УХИЛЬНОСТІ

*У статті здійснюється аналіз ухильності у світлі теорії мовленнєвої діяльності. Обґрунтовується доцільність трактування ухильності як двоєдиного дискурсивного акту. Здійснюється спроба узагальнення схем корелятивної взаємодії мовленнєвих актів ініціальної та респонсивної ухильної реплік в межах дискурсивного акту.*

**Ключові слова:** дискурсивний акт, ухильність, експліцитний квеситив, імпліцитний квеситив, мовленнєвий акт, комунікативний акт, інтенція.

*В статье осуществляется анализ уклончивости в свете теории речевой деятельности. Обосновывается целесообразность трактования уклончивости как двуединого дискурсивного акта. Осуществляется попытка обобщения схем коррелятивного взаимодействия речевых актов инициальной и респонсивной уклончивой реплик в пределах дискурсивного акта.*

**Ключевые слова:** дискурсивный акт, уклончивость, эксплицитный квеситив, имплицитный квеситив, речевой акт, коммуникативный акт, интенция.

*The article analyses hedging from the viewpoint of the theory of speech acts. The appropriateness of interpreting hedging as a two-part discourse act is substantiated. An attempt is made at generalizing correlation schemes of speech acts realized in initial and responsive statements within a discourse act.*

**Key words:** discourse act, hedging, explicit qesitive, implicit qesitive, speech act, communicative act, intention.

Термін «ухильність» використовується дослідниками для позначення численної гетерогенної кількості послідовно залежних комунікативних дій, які вживаються мовцем для ухилання від надання відповіді на запитання.

Ухильність можна розглядати в світлі комунікативної лінгвістики як комунікативну стратегію, тобто «зумовлені комунікативною ціллю загальні стереотипи побудови процесу комунікативної взаємодії залежно від умов спілкування та особистості комунікантів» [8: 45], або в межах теорії мовленнєвої діяльності як сукупність мовленнєвих дій, що представляють собою реакцію на ілокуції різного плану [4; 7].

**Метою даного дослідження** є визначити критерії, що дозволять співвіднести ухильність із конкретною мовленнєвою дією та визначити специфіку функціонування мовленнєвої дії з ілокутивною силою ухильності в комунікативних процесах.

**Об'єктом дослідження** у даній статті обрано ухильність як мовленнєву дію. **Предметом** дослідження є зв'язок та взаємозалежність мовленнєвих актів з ілокутивною силою ухильності.

Мовленнєвий акт (МА) – це «цілеспрямована мовленнєва дія, котру здійснюють відповідно до принципів і правил мовленнєвої поведінки, прийнятих у конкретному суспільстві; одиниця нормативної соціомовленнєвої поведінки, яку розглядають в межах прагматичної ситуації» [1: 131]. У зв'язку з тим, що мовленнєві акти, які є першоелементами мовленнєвої діяльності, виражають первинні і однозначні прагматичні значення, то до їх основних видів відносять констативи, квеситиви, директиви, комісиви, експресиви і метакомунікативи.

Дискурсивний акт (ДА) – «одиниця мовленнєвої взаємодії, включена в інтеракцію», яка представляє собою «ланцюжок мовленнєвих актів, об'єднаних спільною телеологічною установкою в єдиний мовленнєвий блок, в якому сходяться, перетинаються і взаємодіють різні ілокутивні сили з різними (первинними і вторинними) прагматичними значеннями [6].

Оскільки мовленнєвий акт є неподільною одиницею мовленнєвої взаємодії, а дискурсивний акт – мовленнєвим блоком, який складається з сукупності мовленнєвих актів різних за своєю прагмасемантичною спрямованістю, у світлі теорії мовленнєвої діяльності ми трактуємо ухильність як двоєдиний дискурсивний акт із телеологічною установкою «уникнути надання інформації». Розгляд ухильності як двоєдиного дискурсивного акту є одним із пріоритетних перспектив дослідження, що без сумніву розширює межі розуміння та трактування цього явища у світлі теорії мовленнєвих актів. Дискурсивний акт ухильності складається з двох мовленнєвих кроків – ініціальної репліки-стимулу про надання інформації, що її виголошує співрозмовник-адресант, та і респонсивної репліки-реакції про відмову/ухилання від надання інформації, що її виголошує співрозмовник-адресат [5].

Безумовно, надзвичайно актуальним є узагальнення схем корелятивної взаємодії мовленнєвих актів ініціальної та респонсивної ухильної реплік в межах дискурсивного акту ухильності, оскільки цей тип мовленнєвої взаємодії неможливо розглядати відокремлено через взаємозалежність ініціальної та респонсивної реплік. Респонсивна репліка може вважатись такою, що реалізує ухильність тільки у відповідності до комунікативної ситуації та обставин спілкування. При цьому, їх не досить для того, щоб стверджувати, що має місце ситуація ухильності, тому що основну роль у цьому процесі відіграє ініціальна репліка. Саме зіставлення фокусу запитання та відповіді на нього (ініціальної та респонсивної реплік) дає нам підстави стверджувати про двоєдиний дискурсивний акт ухильності.

Для характеристики ДА ухильності була використана матриця основних алгоритмічних ознак ДА, розроблена Приходьком А. М. [6].

За способом використання безпосередньо ухилання від відповіді у межах ДА ухильності втілюється завжди виключно у респонсивній репліці, як реакція на запитання. За способом вираження ДА ухильності може втілюватись як прямо, так і непрямо в залежності від інтенцій мовця. Щодо конфліктного чи кооперативного режиму спілкування, не можна стверджувати, що ДА ухильності втілюється тільки в умовах одного з них, оскільки установка на спілкування залежить від намірів та цілей мовця та обраного ним типу ухильності. Вважаємо, що якщо



мовець обрав непрямий тип ухильності, то він зацікавлений у дотриманні Загального Принципу Кооперації [2; 3] та кооперативному спілкуванні. Пряма ухильність передбачає повну відмову від спілкування і відповідно конфліктний режим комунікації. Алгоритмічна ознака «вигода-невигода» для мовця характеризує ДА ухильності як такий, що зазвичай є вигідним для мовця, а не для адресата, хоча є випадки, коли цей ДА вжитий для того, щоб зберегти гідність адресата чи уникнути його критики. Тому відповідно, якщо ДА ухильність втілений з вигодою для мовця, можна очікувати бенефактивний результат для мовця і малефактивний результат для адресата. Якщо ж він втілений з вигодою для адресата, бенефактивний результат, відповідно, матиме адресат, а результат, що отримає мовець у цій ситуації залежить від параметрів комунікації та контексту.

Таким чином, ухильність можна трактувати як дискурсивний акт типу «конформатив» [6], що є реактивною мовленнєвою дією, яка використовується як в кооперативному, так і в конфліктному режимах спілкування, і об'єднаним ідеєю знання мовця про користь і шкоду у випадку прийняття оперативної ініціативи. Дискурсивні акти типу «конформатив» сигналізують як про повне (відмова від надання інформації), так і часткове (надання лише частини інформації) ухилення.

Стосовно узагальнення схем корелятивної взаємодії мовленнєвих актів ініціальної та респонсивної ухильної реплік в межах дискурсивного акту «ухильність від відповіді», можна зауважити, що ініціальна репліка виражена переважно експліцитними МА квеситиву (1), імпліцитні квеситиви, що спонукають втілення ухильності, трапляються рідше (2):

(1) *«So what did you think of your husband's little video?» «I really haven't given it much thought. »«Like hell you haven't»(D. Baldacci. Total control, p. 400).*

(2) *«I still don't understand how you got here and who you are,» she added with ice in her voice. «Your father.... our father will explain,» I said. She flicked me another of her scornful glances before throwing her hair back (V. C. Andrews. Ruby, p. 220).*

У другому прикладі ініціальна репліка виражається імпліцитним МА квеситиву, у якому мовець констатує факт відсутності розуміння. В умовах кооперативного спілкування таке демонстрування мовцем свого незнання передбачає спробу співрозмовника заповнити його інформаційну лакуну.

Респонсивна репліка виражається через МА квеситиву, директиву, промісиву або експресиву: Хоча необхідно зауважити, що найпоширенішою схемою кореляції МА у ДА «ухильність від відповіді» є наступна «МА-квеситив-МА констатив» із значною перевагою констативу-припущення (3), констативу-ствердження (4) або констативу-відмови (5):

(3) *«.. You've met him, haven't you? What's your reaction?»I shrugged noncommittally. «He seems okay» (S Grafton. «I» is for Innocent, p. 158).*

(4) *«Do you like him?» asked Donna suddenly. Juliet flushed. «He's a very good doctor, I believe,» she prevaricated. «That's not what I asked. I asked you if you like him. » «I do hope you're not trying to matchmake,» said Juliet (BNC).*

Запитання та відповідь можна назвати узгодженими лише у випадку ігнорування контексту та ситуації. Додільно зауважити, що співрозмовник запитував не про професійні, а особисті характеристики об'єкта уваги, та мовець, проігнорувавши контекст, ухилився від запитання, вживши для цього МА констативу-ствердження у респонсивній репліці.

(5) *«Is anything amiss at Triton?» Sawyer watched her squeezing her hands together. He resisted the temptation. «It's an ongoing beruau investigation, Sidney. I really can't say. » She stepped back a bit. «I understand, of course» (David Baldacci. Total control. p. 287).*

Мовець прямо відмовляється надавати інформацію (*It's an ongoing beruau investigation, Sidney. I really can't say*), слухач зрозумів неможливість її отримання і припинив ставити запитання (*I understand, of course*).

Часом кореляційна схема може складатись більш як з двох МА (6):

(6) *«Curtis, what's the matter? Is someone there with you?»(МА квеситив, МА квеситив) «That's right. Listen, why I called? I was wondering if you could meet me so we could talk about something. »(МА констатив, МА директив, МА констатив) «Who is it? Are you okay?» (МА квеситив, МА квеситив) «Can you meet me? I have some information. » (МА квеситив, МА констатив) What's going on? Can you tell me who's with you?» (МА квеситив, МА квеситив)»Meet me at the bird refuge and I'll explain (МА директив, МА промісив) (S Grafton.. «I» is for Innocent, p. 268).*

Важливо також те, що чим менш прямо та різко мовець задає запитання, тим більш імпліцитно виражена ухильна відповідь, і навпаки, чим більш прямо та категорично мовець запитує, тим більш категорично та експліцитно звучить відмова співрозмовника надати інформацію.

У світлі теорії мовленнєвої діяльності це твердження відображається наступним чином: МА експліцитний квеситив (*Do you know.. ?*) або директив (*Tell me!*) ініціюють МА констатив-відмову (*It is none of your business*), МА констатив-незгоду (*I am not going to tell you!*), МА експресив (*Why should I tell you?*), МА директив (*Do not ask me this!*). В свою чергу, непрямий МА квеситив ініціює МА констатив-припущення (*maybe, perhaps, seems*), констатив – ствердження (відхід від теми), хоча варто зауважити, це не є абсолютною тенденцією. Наступний приклад ілюструє схему МА непрямий квеситив-МА констатив-припущення (7):

(7) *«I've heard rumors that you're planning to stay on as sheriff,» Frost said. Jackson meandered toward the desk. «Seems likely»(J. Bohander. Warrior Heart, p. 232).*

Очевидно, це пояснюється тим, що чим категоричніше звучить запитання, тим менше відповідач має шляхів для відступу (уникнення відповіді на запитання), і тоді він обирає варіант демонстративної, прямої ухильності. І навпаки, коли запитання задано непрямо, мовець може вдатися, що не помітив його і ухилитись із значно меншими «затратами», тобто не виказавши свого небажання повідомляти інформацію.

Таким чином, у результаті здійсненого аналізу було обґрунтовано трактування ухильності як двоєдиного дискурсивного акту. Здійснено характеристику дискурсивного акту ухильності з врахуванням основних алгоритмічних ознак дискурсивних актів. Здійснено спробу узагальнення схем корелятивної взаємодії мовленнєвих актів ініціальної та респонсивної ухильної реплік в межах дискурсивного акту ухильності.

#### **Література:**

1. Бацевич Ф. С. Нариси з лінгвістичної прагматики: [монографія.] / Ф. С. Бацевич. – Львів : ПАІС, 2010. – 336 с.
2. Гордон Д. Постулаты речевого общения / Д. Гордон, Дж. Лакофф // Новое в зарубежной лингвистике. Прагматика. – М. : Прогресс, 1985. – Вып. 16. – С. 276-302.
3. Грайс Г. П. Логика и речевое общение / Г. П. Грайс // Новое в зарубежной лингвистике. Прагматика. – М. : Прогресс, 1985. – Вып. 16 – С. 217-237.
4. Остин Дж. Слово как действие / Дж. Остин // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 17: Теория речевых актов. – М., 1986. – С. 22-129.
5. Павленко Л. В. Дискурсивний акт «підхоплення» у англійському діалогічному мовленні (на матеріалі сучасної художньої прози): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.04 «Германські мови»/ Л. В. Павленко – Львів, 2011. – 20 с.
6. Приходько А. М. Дискурсивные акты: прагмасемантика и прагматипология / А. М. Приходько // Когниция, коммуникация, дискурс. – 2010. – № 1. – С. 101-122.
7. Серль Дж. Классификация иллокутивных актов / Дж. Серль // Новое в зарубежной лингвистике. – М., 1986. – № 17. – С. 170-194.
8. Стернин И. А. Русские: коммуникативное поведение / И. А. Стернин, Ю. Е. Прохоров. – [3-е изд., испр.] – М. : Флинта; Наука, 2007. – 238 с.

Молодоженя О. Ю.,

Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів

## ЗАСОБИ МОВНОЇ ГРИ В МАГІЧНИХ РИТУАЛАХ

*Здійснено загальний огляд вживання магічних прийомів у мовленні. Виокремлено дві форми магічних реалізацій – ворожіння і заклинання. Зазначено засоби мовної гри, що вживаються у вербальних магічних актах. Проілюстровано випадки вживання основних прийомів мовної гри в заклинаннях і магічних ритуалах.*

**Ключові слова:** магічний ритуал, міжособистісний ритуал, метафора, псевдокомунікація.

*Приведено общее исследование употребления магических приемов в речи. Выделены две формы магических реализаций – колдовство и заклинание. Указаны приемы языковой игры, используемые в вербальных магических действиях. Проиллюстрированы случаи употребления основных приемов языковой игры в заклинаниях и магических ритуалах.*

**Ключевые слова:** магический ритуал, межличностный ритуал, метафора, псевдокоммуникация.

*General study of magic means used in the discourse is made. Witchcraft and invocation are defined as the two forms of magic realizations. Means of the language play used within magic verbal actions are indicated. Main cases of language play means used in invocations and goetic rituals are illustrated.*

**Key words:** goetic ritual, interpersonal rite, metaphor, pseudocommunication.

Початок XXI сторіччя – межовий час у соціальному та економіко-екологічному житті світової спільноти. Це час, що сприяв пробудженню забутих архетипів та інтуїтивному поверненню людини до первісно-міфологічного світосприйняття. Сучасна людина почала займатися активним пошуком шляхів виконання нових завдань, а також гонитвою за новими засобами розв'язання своїх старих наболілих і невирішених проблем. Певних успіхів у цьому вона досягає через звернення до магії.

Антрополог культури та культурознавець Зузанна Гренбецька стверджує, що «зацікавлення магією пов'язане із ситуацією суспільної кризи, з життєвими негараздами» [3, с. 15]. Велику схильність до магії та містицизму має іспаномовне суспільство, що всотало культуру двох континентів, а відтак, йому дісталася багатюща культово-релігійна спадщина католицької церкви та американських індіанців. Іспаномовне населення, як жодне інше, відчуває повсякденне єднання зі всесвітом та вічністю. Значна частина таких переживань, як і спосіб життя цього суспільства, пов'язані з його релігійністю. Справді, іспаномовні «не роблять майже нічого такого, де б не простежувалася присутність релігії» [5, с. 27]. Їхня поведінка тяжіє до ритуальності, а відтак – і до магії.

Звернення людини до магії може бути несвідомим або свідомим. У першому випадку йдеться про дотримання найвідоміших звичаїв, усталених народних традицій, про зважання на забобони або здійснення встановлених релігією і/або суспільством ритуалів. Так, людина виконує певні дії, проте не задумується над їхнім змістом, не прагне їх розшифрувати чи досягнути їхню символічність. Свідоме звернення до магії – це ворожіння або ж чаклунство. Під ворожінням ми маємо на увазі угадування майбутньої долі, під чаклунством – спробу магічного впливу на стан речей за допомогою магічних ритуалів.

Зазначені форми магічних дій передбачають промовляння заклинань, і саме таким чином магія реалізується в мовленні. Іншим варіантом спостереження за магією в мовленні є вербальне оформлення ворожіння або ж чаклунства, тобто його опис як рецептури, як практичного скерування в антропологічному чи культурологічному дослідженні, у літературному творі, у посібнику чаклуна, у блогах або чатах Інтернету, де має місце обмін магічним знанням і досвідом, тощо. Саме на такому матеріалі можливе вербальне дослідження магії. Мовленнєве оформлення замовлянь, заклинань і чаклунства, розміщених на іспаномовних сторінках мережі, і буде предметом нашої розвідки.

**Актуальність** цього дослідження зумовлена відсутністю наукових розробок, які б відображали картину вживання зображальних засобів мови в ритуалах. Подібні розвідки охоплюють, головним чином, ритуали, описані у творах художньої літератури. Заклинання, замовляння, ворожіння або ритуали чаклунства знаходяться осторонь філологічних досліджень (і літературознавчих, і лінгвістичних), оскільки вони не є ні літературним жанром, ні комунікативним актом. Сучасна магія, з одного боку, вважається окультним знанням, з іншого – арсеналом беззмістовної мовленнєвої діяльності, яка не вартує зусиль лінгвістичної науки. До зазначеного вище додамо, що фокус існуючих дотичних до цієї теми досліджень спрямовувався не на магічні елементи, а на стилістику літературного тексту загалом, а тому він зачіпає магію лише епізодично. **Об'єктом** нашого дослідження є засоби мовної гри, зафіксовані в мовленні магічних ритуалів.

Вчені-культурологи вважають магію «проблематичним поняттям, багаторазово на різні способи означуванням» [3, с. 15]. Так, кожен учений для своєї роботи я використовує «оперативні дефініції» [там само], тобто такі, що відповідають парадигмі його досліджень. Ми вважатимемо, що **магія** – це «намагання вплинути на природний перебіг подій символічними діями: обрядами й ритуалами» [2]. Таке визначення, по-перше, виокремлює форми магічного впливу, по-друге, розкриває механізм магії.

Помічною в цьому сенсі для нас є теорія «**магічного мислення**» англійського антрополога Дж. Дж. Фрезера, що ґрунтується на двох принципах: 1) принцип подібності стверджує, що подібне породжує подібне, або наслідок має відбиток своєї причини; 2) принцип контакту полягає в тому, що речі, які колись взаємодіяли, продовжують перебувати у зв'язку, незалежно від часу, що минув, та відстані, що їх розділяє [там само]. Найяскравіше це відображає техніка вуду, присутня чи не в кожній культурі. Так, чаклун виконує дії, що певним чином повинні вплинути (можливо, певним чином повторитися) з суб'єктом чаклування: наприклад, чаклун проколє в певному

місці ляльку, і людина, яку відображає ця лялька, повинна відчувати біль у зазначеній чаклуном частині тіла. Аби гарантувати зв'язок людини з лялькою, чаклун одягає на останню річ, що належала цій людині (другий принцип).

Ритуал – це своєрідна форма спілкування зі всесвітом. Здійснюючи дослідження мовленнєвого оформлення магічних ритуалів, його слід співставити з такою мовознавчою категорією, як міжособистісні ритуали комунікації. Міжособистісні ритуали (в комунікації) – стереотипові моделі мовленнєвої поведінки, обмін прийнятими в суспільстві повідомленнями і пара лінгвістичними засобами, доречними у даній ситуації, які виконують функції стабілізації стосунків, соціального контролю, передавання досвіду [1, с. 336]. На відміну від міжособистісних, магічні ритуали виконують стабілізаційну функцію (ефект плацебо), а також функцію контролю (або ж створюють таку ілюзію). Магічні ритуали передбачають односторонній зв'язок із всесвітом, проте він стає взаємним у контексті гри, коли людина вірить, що одержить відповідь на своє прохання.

Найпоширенішими формами чаклунства, які можна знайти в мережі, є приворот (з його допомогою прагнуть прикликати прихильність коханої людини), чаклунства і заговори на успіх, на багатство і на здоров'я, а також виготовлення талісманів.

Серед засобів мовної гри, що застосовуються в магії, ми зауважили метафору, метонімію, повтор, синтаксичний паралелізм, а також псевдокомунікацію, що має форму риторичного звертання.

Магічна метафора має інструментальну форму: вона полягає в перенесенні «успішності» одного процесу на інший. Так, маємо описи подібних чаклунств:

«Para atraer la suerte solamente te tienes que ponerte la ropa al revés» [7]. – «Щоб наблизити до себе фортуна, тобі потрібно лише вдягти одяг навиворіт» [для тих, кому не щастить].

«Así como estas semillas crecen y dan sus frutos, así lo hará mi éxito profesional» [там само]. – «Як ці насінини проростають і дають плоди, так само станеться з моїм успіхом на роботі».

Метонімія простежується в виборі талісманів, у заміні покровителя його символом (Меркурій – бог торгівлі): «... también incluir un termómetro, ya que el mercurio favorecerá nuestros esfuerzos» [7]. – «...також взяти з собою [в ділову подорож] термометр, оскільки ртуть сприятиме успіху наших зусиль».

Повтор у магії відображає кількість знарядь ворожіння або кількість разів, яку промовляють заклинання. Повтори пов'язуються з «магічними» числами 2, 7 і 10, проте найчастіше повторюються кратні 3: 3, 9, 12 і 21.

І в ритуалі загалом, і в заклинанні зокрема повтор вважається потужним засобом підсилення енергетики; він «закріплює» магічний ефект:

«Así era, así es y así será». – «Так було, так є і так буде» [6].

Так само має працювати синтаксичний паралелізм:

«Concédeme mi deseo. Cumple mi sueño» [7]. –

«Даруй мені моє бажання. Здійсни мені мою мрію».

Повтор і синтаксичний паралелізм здатні створювати ритм, який є невід'ємною складовою деяких заклинань:

«... por esta hoja de tomillo el lunes me desearás,

por esta hoja de jazmín el martes me desearás...» [6] –

«... із цим листком чебрецю ти мене зажадаєш у понеділок,

із цим листком чебрецю ти мене зажадаєш у вівторок...»

Поширеним у заклинаннях є риторичне звертання, тобто «звертання до відсутньої чи мертвої людини, або ж до неживого об'єкта» [4, с. 175]:

«Amable señora luna, madre del amor y la luz, concédeme mi deseo» [там само]. – «Ласкавий місяцю, батьку любові й світла, здійсни моє бажання».

«Árbol, amo del silencio y la rascencia...» [там само]. – «О дерево, господарю тиші та спокою...»

Ми ознайомилися з небагатьма зразками чаклунства. Значення засобів мовної гри для магії важко перебільшити, і всі вони є відображенням віри у вплив через взаємодію. Проте навіть позбавлені цих засобів заклинання вважаються магічними: мовлення як таке в чаклунстві також важить – кожне слово може бути здатним до матеріалізації.

### Література:

1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики: Підручник / Флорій Сергійович Бацевич. – К. : Академія, 2004. – 344 с.
2. Вечірко Р. Первісна магія / Роман Вечірко // Українська та зарубіжна культура. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://studentbooks.com.ua/content/view/148/46/1/10/>
3. Гренбецька З. «Магія – це така собі третя система» / Лузаня Гренбецька // Український журнал. – 7/2007. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ukrzurnal.eu/ukr.archive.html/17/>
4. Москвин В. П. Выразительные средства современной русской речи: терминологический словарь-справочник / Владимир Павлович Москвин. – М. : Едиториал УРСС, 2004. – 248 с.
5. Copeland J. G.: J. G. copeland. Civilización y cultura / John G. copeland. – New York : Holt, Rinehart and Winston, 1981. – 206 p.
6. Hechizos de amor. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.losarcanos.com>.
7. Hechizos de suerte. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.hechizos.info/hechizosdesuerte>.

Мясоєдова С. В.,

Національний університет «Юридична академія України імені Я. Мудрого», м. Харків

## СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ НЕПРЯМИХ СПОНУКАЛЬНИХ ВИСЛОВЛЕНЬ СУЧАСНОЇ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ

*У статті проведений аналіз семантичних особливостей непрямих спонукальних висловлень; досліджені ознаки мовленнєвої ситуації, в якій реалізується спонукування; доведено роль контексту для сприйняття висловлень без форм імперативу як спонукальних.*

**Ключові слова:** спонукальність, непрямі спонукальні висловлення, мовленнєва ситуація, контекст.

*В статье проведен анализ косвенных побудительных высказываний с глаголами в изъявительном наклонении; исследованы признаки речевой ситуации, в которой реализуется побуждение; доказана роль контекста в восприятии неимперативных высказываний как побудительных.*

**Ключевые слова:** побуждение, косвенные побудительные высказывания, речевая ситуация, контекст.

*In the article the indirect illocutions with the indicative verbs are analyzed; the characteristics of the communicative situation in which the illocution takes place are studied; the impotence of the context for understanding the illocutions that don't have imperative verb forms is proved.*

**Key words:** illocution, indirect illocutions, communicative situation, context.

В українському мовознавстві спонукальність неодноразово ставала предметом осмислення в дослідженнях з морфології, а саме під час аналізу форм наказового способу дієслова, а також транспозитивних способових форм, які функціонують як наказові. Характеристика спонукального значення становить важливий аспект також досліджень із синтаксису речення, а саме опису типів речень за метою висловлення. Категорія спонукальності розглядалася в лінгвістичних працях із синтаксису, присвячених модальності речення взагалі й спонукальній модальності зокрема, де уточнювалися й доповнювалися її ознаки.

Проте всебічне дослідження такого своєрідного мовного явища, як непряме спонукування, передбачає розв'язання низки питань, першим із яких є характеристика спонукування як семантичної категорії. Слід описати спонукування як таке, що належить до кола модальних значень, які виражаються в реченнєвій структурі.

У працях, присвячених спонукальній модальності, принципів розбіжностей у визначенні самого поняття «спонукування» не спостерігається. Спонукуванням вважається «вольове» або «волюнтативне» відношення (Л. В. Бережан, І. Р. Вихованець, М. У. Каранська, О. С. Кондзеля та інші), особливістю якого є те, що воно відображає певну поведінку учасників спілкування: мовець повідомляє про свою волю й очікує, що слухач забезпечить відповідність між змістом повідомленого й дійсністю.

Особливістю спонукальних висловлень є те, що мовець, піклуючись про свої інтереси, намагається так висловити свої думки, щоб вплинути на співрозмовника, спонукати його діяти відповідно до своїх планів. Отже, структурно-семантична організація спонукального речення підпорядкована комунікативній меті мовця. Про зв'язок суб'єктивно-модальних семантичних категорій з комунікативною настановою речення йдеться в працях Т. В. Шмельової. Вона показала, як корелюють ці два різні аспекти речення – домовленнєвий, структурно-семантичний, і мовленнєвий, комунікативний. У модусі речення (суб'єктивно-модальному компоненті його семантики) виражено суб'єктивність «в інтересах мовця»: його ставлення до відображуваних ситуацій дійсності і їхні оцінки, уявлення стосовно достовірності тієї чи іншої інформації і т. ін. У комунікативному аспекті речення відображено суб'єктивність «в інтересах слухача»: комунікативна організація речення спрямована мовцем на те, щоб, піклуючись про успіх комунікації, керувати поведінкою співрозмовника [5, с. 81].

Осмислюючи з цих позицій спонукальне значення як різновид суб'єктивно-модальних значень, слід визнати, що його семантичний концепт (суб'єктивність «в інтересах мовця») являє собою ставлення до відображуваної в реченні ситуації як до бажаної, необхідної, доцільної, корисної. Що ж до комунікативного концепту (суб'єктивність «в інтересах слухача»), то спонукування – це керування поведінкою співрозмовника, а саме створення мотиву для виконання дії слухачем. Це завдання розв'язується в ситуації мовленнєвого спілкування. Адекватний опис спонукування як семантичної категорії передбачає врахування найважливіших ознак мовленнєвої ситуації, за якої повинна здійснитися воля мовця.

Існують різні точки зору на те, яка мовленнєва ситуація являє собою спонукальну. Це пов'язано з уявленням про її учасників, передусім про те, кого можна розглядати як потенційного виконавця спонукуваної дії. Багато з дослідників вважають спонукальною тільки ту ситуацію, коли названу мовцем дію покликаний виконати адресат мовлення (М. А. Жовтобрюх, О. В. Ісаченко, М. У. Каранська, Р. М. Новичкова, Н. В. Швидка). У цих працях представлено вузьке розуміння спонукальності. У широкому ж розумінні цього явища виконавцем названої мовцем дії може бути:

- 1) слухач (слухачі);
- 2) мовець і слухач (слухачі);
- 3) людина (люди), що не бере (не беруть) участі в діалозі;
- 4) слухач (слухачі) і людина (люди), що не бере (не беруть) участі в діалозі;
- 5) мовець, слухач (слухачі) і людина (люди), що не бере (не беруть) участі в діалозі;
- 6) мовець (у ситуації внутрішнього діалогу).

У роботі прийнятий широкий погляд на явище спонукальності. Спонукуванням є відношення, яке відображає волюнтативні стосунки між мовцем, який називає дію, що її необхідно виконати (не виконати), і слухачем, який повинен забезпечити її виконання (невиконання).

Типовою спонукальною ситуацією є та, де виконавцем названої мовцем дії покликаній (покликані) бути адресат (адресати) висловлення, оформленого як пряме або як непряме спонукання, наприклад:

*Чого ж ви сидите? Пішли б укупі кудись на вигін або в гай над річку та й заспівали б* (Леся Українка);  
*Може, на другий рік у мене роботу візьмете?* (Б. Лепкий).

Поширеними слід визнати також ситуації заклику до спільної дії, виконавцями якої будуть не тільки слухач (слухачі), а й сам мовець, наприклад:

*Побігли!* [– сказав він і вони побігли] (Вал. Шевчук);  
*Голосувати.* [І руки було піднято] (О. Гончар);  
*Прозрімо ж!* [Люди ми чи ні?] (М. Вінграновський).

Ситуація спонукання може бути комбінованою, коли мовленнєвий акт – заклик до спільної дії – сполучається з іншим актом – спонуканням слухача (слухачів) до самостійної діяльності, наприклад:

*[Коли підійшли до пристані, Топченко, не кидавчи Лесіної руки, сказав, звертаючись до Сірка і до Валентина:]*  
*Ну, ви йдіть, мабуть до пароплава, а ми станемо в чергу і купимо квитки* (М. Хвильовий).

Це речення містить два спонукальних висловлення: наказ Сірку й Валентину йти до пароплава й запрошення Лесі стати з Топченком у чергу, щоб купити квитки. Той факт, що висловлення *Ми станемо в чергу і купимо квитки* – це дійсно спонукання, а не Лесине бажання, впливає із сюжету оповідання, де Топченко – ревізор, який залицяється до Лесі, дружини свого підлеглого Валентина.

У ситуаціях, коли висловлення передбачає в ролі агенса не слухача, а третю особу, має місце подвійне або опосередковане спонукання. На це явище вказувалося в роботі Л. В. Бережан, яка назвала його «непрямим» спонуканням – через його опосередкованість третьою особою. Мовець, повідомляючи слухачеві про необхідність виконання дії кимось іншим, спонукає його бути посередником між ним і виконавцем дії – повідомити третю особу про свою волю й тим самим спонукати її виконати дію. Наприклад:

*[Води в графині нема.] Хай набере з крана* (М. Хвильовий) –  
 пор. *Я хочу, щоб ти передав йому, що води в графині нема й тим самим спонукав набрати води з крана;*  
*Сподіваюся, мені дадуть коні, щоб довести прилади і книжки?* (Вал. Шевчук) –  
 пор.: *Я хочу, щоб ви наказали своїм слугам дати мені коні, щоб довести прилади і книжки;*  
*Якщо встрінеш, скажи йому, хай приходить* (Гр. Тютюнник) –  
 пор. *Я хочу, щоб ти передав йому, щоб він прийшов до мене.*

Спонукання здійснюється в таких випадках у двох мовленнєвих актах. Це явище відоме в семантичному синтаксисі як факт наявності в змісті висловлення модусу в модусі. У розглянутих реченнях воно виявляє себе як спонукання в спонуканні: *Я спонукаю тебе, щоб ти спонукав його, щоб він виконав дію.* Таким чином, у реченнях цього типу маємо здійснюване мовцем спонукання співрозмовника до спонукання якоїсь третьої особи виконати певну дію.

У реальних висловленнях української мови усі три семантичні компоненти (обидва спонукальні й диктумний), як правило, не бувають експліковані в самостійних предикативних частинах речення за допомогою слів *спонукаю, просити, вимагати* і т. ін. Спонукання вони можуть також виражати за допомогою граматичних категорій та в різні непрямі способи. Так, у висловленні:

*Попрохаєте Василя, щоб дав вам селянську одягу* (В. Винниченко) – спонукальний модусний компонент, виражений граматично у формі майбутнього часу «*попрохаєте*», яка набуває значення імперативу: *Я спонукаю вас [попрохати Василя, щоб дав вам селянську одягу]*. Змістовий компонент *попрохати* є спонуканням до диктуму *дати селянську одягу: Василю, я прошу тебе, [щоб ти дав мені селянську одягу]*. Що ж до власне диктуму, то він репрезентується підрядним реченням – трансформом якого може бути інфінітивне словосполучення:

*Попрохаєте Василя дати вам селянську одягу.*

Переказування спонукання пов'язане з авторизацією, тобто посиланням на ініціатора волевиявлення:

*Дядьку, дядьку! Казали тітка Полька, щоб ви додому йшли, ваші гості з Харкова приїхали* (Гр. Тютюнник).

Опосередкованим спонуканням буває тоді, коли ініціатор волевиявлення не дорівнює мовцеві, оскільки волевиявлення відбувається в двох мовленнєвих актах. У першому тітка Полька висловлює свою волю щодо виконання дії третьою особою. У другому волю ініціатора волевиявлення переказує потенційному виконавцю дії посередник (у першому мовленнєвому акті він слухач, а в другому – мовець). Спонукання, що його належить здійснити слухачеві (*спонукай його йти додому*), є модусом стосовно дії того, кого він буде спонукати (*нехай він йде додому*), й водночас диктумом, на який спроектовано спонукання мовця (*я спонукаю тебе за дорученням тітки Польки*).

Якщо, відповідно до задуму мовця, у здійсненні опосередковано спонукуваної дії буде брати участь, крім адресата, ще хтось інший, то другий мовленнєвий акт буде закликом до спільної дії, наприклад:

*Так тому й бути: благословляю... коли не бреше і сурйозно наміряється оженитись* (М. Хвильовий) –  
 пор. *Передай йому, що я дозволяю вам одружитися = Одружуйтесь.*

Оскільки дозвіл одружитися адресований у цій ситуації тільки дочці, хоча стосується він також її нареченого, то очевидно, що мовець передбачає, що нареченому буде повідомлено про дозвіл матері: *Мати нам дозволила одружитися*, що по суті буде закликом до спільної дії *Давай одружимося*.

Подвійне чи опосередковане спонукання можливе також у ситуаціях заклику до спільної дії мовця, слухача й особи (осіб), що не бере (не беруть) участі в розмові, наприклад:

*[Карпо знов нахилиється до парубка, що вигортав полову з-під машини].*

*А як не схочить сьогодні заплатити усім, кидати зараз же, всім роботу... [До одного! А як буде хто... теє... значить, не приставать до нас, під ребра – й амінь...]* (В. Винниченко).

У цьому випадку мовець планує змову проти роботодавця, тому він інформує про свої плани тільки одного з потенційних виконавців дії (*парубка, що висортав полову з-під машини*) і передбачає, що той повідомить про це інших, закликаючи їх до спільної дії.

Адресатом спонукання може бути сам мовець у випадку автокомунікації, внутрішнього діалогу, коли мовець звертається зі спонуканням до самого себе, як у прикладі:

*[Астрономові здалося, що блукає він уже роки...] «Треба таки йти, [– гадав він. – Рано чи пізно я натраплю на село. Там можна буде переїсти й спочити,] головне, подолати цю кляту дорогу!» [Астроном засунув вузькі долоні в рукави і, притупуючи, побіг] (Вал. Шевчук).*

Як зазначає І. І. Ковтунова, звернення до себе – це не монолог, а діалог між різними аспектами людського я. Такий внутрішній діалог характерний для людей з розвинутою самосвідомістю. Спонукання виходить від найвищого Я – Совісті, Розуму, Етичної свідомості й адресовані вони тому я, що взаємодіє із зовнішнім світом [2, с. 64–65]. Приклад підтверджує це положення:

*Як страшно тут, як темно! Там радіють,  
А тут... Тікати краще відсіля, -  
Вернусь додому, там дізнаюсь правди  
І вип'ю вже гіркот до останку  
(В. Самійленко).*

Отже, злиття суб'єкта й адресата мовлення в таких випадках є суто зовнішнім, вони хоча й тотожні, все ж різні за своєю роллю учасників внутрішнього діалогу. «Якщо в такого роду випадках можна говорити про роздвоєння, то про таке роздвоєння, коли дві різні сторони я людини не стають незалежними, не відособлюються одна від одної, але вступають в активну взаємодію – діалог» [2, с. 65], як-от:

*[Крізь віконце лилася блідава, мов нежива, ніч, і домовика потягло на світло зір... «Мене зачарувала ця дорога, думав далі домовик. – А коли домовиків зачаровують дороги, стаються нещастя.] Домовики мусять думати про дім, а не про дороги» (Вал. Шевчук).*

Мовець може також дорівнювати агенсу, тобто виконувати дію, стосовно якої здійснюється спонукання. Так буває тоді, коли він порушує правила рольового спілкування й бере на себе обов'язки адресата спонукання. Це можна пояснити на такому прикладі. Усім відома ситуація, коли конферансьє під час концерту проголошує ім'я музиканта й робить невідворотним його виступ. Іншими словами, повідомлення про його виступ спонукає музиканта вийти на сцену й грати. Традиційно ролі конферансьє й музиканта виконують різні люди. Якщо ж обов'язки конферансьє виконує сам музикант, то, проголошуючи виступ як конферансьє, він є і тим, хто спонукає до дії, і її виконавцем, пор.:

*[А на сцені стояв уже тип. Він узяв на себе ролі й конферансьє.]*

*– Відомий балалаєчник Букетов-Розін зіграє зараз імітацію на знаменитого Санкт-Петербурзького Андрєєва: «Світ місяця ясний».*

*[Тип оголосив як конферансьє, і взяв балалайку як артист] (М. Хвильовий).*

Для формування спонукального значення релевантний не тільки склад учасників мовленнєвого спілкування, а й характер цих учасників: соціальні ролі мовця й слухача, їхні особисті стосунки, плани й бажання. Ці ознаки визначають характер спонукання й формують різні його відтінки.

Аналіз спонукальності як семантичної категорії передбачає вивчення цих відтінків, які звичайно розглядаються як різновиди спонукання.

Факт наявності семантичних різновидів спонукального значення (наприклад, таких, як вимога, прохання, порада і т. ін.) хоч і визнається мовознавцями, однак у питанні про їх класифікацію є багато різноглумачень і суперечностей. У більшості лінгвістичних описів окремі різновиди спонукання згадуються лише як приклади значення волевиявлення. Дехто з дослідників намагається систематизувати основні вияви волюнтаристивних відношень за інтенсивністю (Л. В. Бережан), або з урахуванням зацікавленості мовця й адресата у виконанні дії (Л. В. Фоміна), або залежно від стосунків між учасниками мовленнєвого спілкування та їхнього ставлення до дії (О. П. Володін, О. І. Беляєва, М. Ф. Косилова, В. С. Храковський). Однак повний перелік відтінків спонукального значення та їхній системний опис відсутні. Це пояснюється тим, що не існує (і, мабуть, не може існувати) граматичних або лексичних критеріїв розмежування семантичних інтерпретацій спонукального значення. Виняток становлять дієслова-перформативи на зразок *прошу, вимагаю, наказую* і т. ін., які входять до невеликої за складом групи засобів, що виражають цю мовну категорію, й обмежені в своєму функціонуванні. О. В. Бондарко вважає, що різні інтерпретації спонукання навіть не потребують граматичної маркування, оскільки в кожному конкретному мовленнєвому акті слухач, якщо він правильно співвідносить свою соціальну роль із соціальною роллю мовця, здатний однозначно конкретизувати волевиявлення, яке було висловлене мовцем [4, с. 187]. На думку О. В. Падучевої, «висловлення без експліцитного перформативу часто мають неоднозначну іллокутивну функцію. Правильне розуміння іллокутивної функції висловлення іноді майже в неловимий спосіб визначається ситуацією» [3, 45] До того ж висловлення часто містить у собі більше, ніж один різновид спонукального значення (наприклад: порада й заохочення, прохання з порадою й бажанням, прохання з вимогою й т. ін.). Спонукальний ефект часто досягається сукупністю спонукальних висловлень, що поєднуються в складному або комплексному мовленнєвому акті, «усередині якого одні компоненти створюють умови для успішного виконання інших» [1, с. 114]. Усе сказане стосується передусім непрямих спонукальних висловлень: оскільки спонукальне значення є для них вторинним, похідним, то, набуваючи імперативного звучання, ці форми додають до нього первинний смисл, властивий їхній граматичній будові, ускладнюючи спонукання додатковими модальними значеннями. Виражаючи спонукання в непрямий спосіб, а саме без залучення дієслівних форм імператива, мовець може посилити експресивність висловлення, що сприяє створенню переконливої мотивації для слухача у виконанні дії,

а отже й збільшенню іллокутивної сили висловлення. Іронія, сарказм, тонкі натяки, емоційні сплески, органічні для непрямих спонукальних висловлень, визначають їхню роль як конструкцій, що не тільки забезпечують процес мовної комунікації, а й надають йому естетичної цінності.

**Література:**

1. Дейк Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация. – М. : Прогресс, 1989. – 227 с.
2. Ковтунова И. И. Поэтический синтаксис. – М. : Наука, 1986. – 207 с.
3. Падучева Е. В. Актуализация предложения в составе речевого акта // Формальное представление лингвистической информации. – Новосибирск: ВЦ СО АН СССР, 1982. – С. 38-63.
4. Теория функциональной грамматики. Темпоральность. Модальность / Под ред. А. В. Бондарко. – Л.: Наука, 1990.
5. Шмелева Т. В. Смысловая организация предложения и проблема модальности//Актуальные проблемы русского синтаксиса. – М. : Издательство Московского университета, 1984. – С. 78-101.



**Науменко Л.,**  
Національний медичний університет імені О. О. Богомольця

## ПЕРСОНАЖ ЯК МОВНА ОСОБИСТІТЬ У МАЛІЙ ПРОЗІ ВОЛОДИМИРА ВИННИЧЕНКА

*У статті досліджується мовна поведінка героїв в оповіданнях малої прози В. Винниченка на прагматичному рівні. Мовна поведінка виступає як аспект, який проявляється у спілкуванні мовної особистості.*

**Ключові слова:** персонаж, мовна особистість, мовна поведінка.

*В статье анализируется специфика речевого поведения героев в рассказах малой прозы В. Винниченко на прагматическом уровне. Речевое поведение выступает как аспект проявления в общении языковой личности.*

**Ключевые слова:** персонаж, языковая личность, речевое поведение.

*The article deals with the problem of features of speech behavior of characters at pragmatic level in stories of short prose of V. Vinnichenko. Speech behavior displayed as an aspect is shown in communication of speech person.*

**Key words:** language personality, character, verbal behavior.

У сучасному мовознавстві дослідження мовних одиниць з урахуванням антропоцентричного чинника набуває все більшої уваги. Одним з основних і актуальних питань щодо антропоцентричного напрямку у лінгвістиці є багатоаспектне розуміння поняття когнітивної та лінгвокультурної одиниці художнього тексту малої прози, вербальних та невербальних асоціативних конфігурацій, статусних характеристик діалогізації персонажів, типологічних різновидів мовних засобів вираження у співвідношенні – «картина світу», «мовна картина світу», «концептуальна картина світу» (Н. Д. Арутюнова, Ю. С. Степанов, В. М. Русанівський, В. Г. Скляренко, О. О. Тараненко, С. Я. Ермоленко, В. Г. Жайворонок, Л. А. Лисиченко, О. О. Селіванова, І. О. Голубовська, Г. І. Халимоненко та ін.), дає можливість визначити і дослідити на основі наукових праць учених антропоцентричність мовних явищ у системі комунікації української художньої картини світу.

Художня картина світу створює основну систему концептуального образу дійсності. У разі вивчення художнього тексту правомірним є використання терміна «мовна особистість», оскільки автор художнього твору проявляє себе через ідіостиль, що зумовлений індивідуальним баченням світу і визначеними мотиваційно-прагматичними настановами. Термінологічно словосполучення мовна особистість зафіксовано В. В. Виноградовим. Ним досліджено два шляхи вивчення мовної особистості – особистість автора і особистість персонажа. Нові перспективи відповідно до лінгвістичного аналізу художнього тексту в антропоцентричному аспекті були відзначені у працях Ю. М. Караулова, він першим здійснив дослідження персонажів у значенні мовної моделі особистості [5, с. 96]. Персонаж як мовна особистість у даному випадку є основним об'єктом розгляду.

Актуальність обраної теми полягає у дослідженні комунікативно-концептуальної сутності персонажа, його мовної поведінки у значенні мовної моделі особистості в українській художній картині світу.

Мета даної статті – встановити системний зв'язок між дискурсивними й концептуальними характеристиками персонажа як мовної особистості, суб'єкта про концептуальні структури свідомості; визначити комунікативні особливості мовної поведінки персонажів; виокремити основні принципи щодо відбору автором відповідного матеріалу для моделювання мовної особистості літературного героя.

Наукова новизна запропонованої праці полягає в тому, що в ній уперше розглянуто і проаналізовано концептуалізацію персонажа, визначено мовну комунікативну поведінку на матеріалі малої прози В. Винниченка в українській художній картині світу. Вперше розкрито роль персонажа як мовної особистості у *структуруванні* художніх текстів малого жанру.

У даній праці під мовною особистістю розуміємо організовану мовну компетенцію ідивідуума, що являє собою структурно упорядкований набір мовних стереотипів, умінь щодо створення і сприйняття мовних текстів. Найбільш повне і послідовне обґрунтування поняття «мовна особистість» досконало викладено у наукових розвідках Ю. М. Караулова та його послідовників. У працях Ю. М. Караулова мовна особистість визначається як «сукупність здібностей і характеристик людини, що зумовлюють створення і сприйняття нею мовних художніх текстів, які відрізняються структурно-мовною складністю, глибиною і точністю відображення дійсності, визначеною цільовою спрямованістю» [6, с. 22]. Мовна особистість в умовах спілкування може розглядатися як комунікативна особистість, що є носієм культурно-мовних і комунікативно-діяльних особливостей, що впливають на реакцію мовної поведінки персонажів. В. І. Карасик виділяє три аспекти вивчення комунікативної особистості: ціннісний, пізнавальний і поведінковий аспекти цього поняття [4, с. 27], які співвідносні з трьохрівневою моделлю мовної особистості Ю. М. Караулова. Запропонована модель дозволяє розглядати різні особливості мовної особистості в межах трьох суттєвих характеристик – вербально-граматичної, когнітивної і прагматичної. Кожний з цих рівнів, на думку дослідника, характеризується своїм набором мовних одиниць. До першого рівня (вербально-граматичного) належать мовні одиниці, які необхідні для описання лексико-граматичних одиниць мови: слово, морфема, словоформа, дериват, синонім, словосполучення, синтаксема. До мовних стереотипів другого рівня належать мовні одиниці, що продукують статичну картину світу носія мови – денотат, сигніфікат, фрейм, висловлювання типу афоризм, сентенція, метафора, каламбур та ін. До мовних одиниць третього рівня, що передають повноцінну систему мотивів, установок, інтенцій носія мови, тобто всю динаміку його картини світу, належать елементи рефлексії, оцінка, ключові слова, способи аргументації, програма поведінки, «сценарії» [3, с. 35-37]. Ю. М. Караулов указує також на те, що мовна особистість – це «розвиток, насиченість додатковим змістом поняття особистості взагалі». Тим саме, виокремлюючи три рівні, він співвідносить їх з лексиконом,

тезаурусом і прагматикою. Причому, мовна особистість «на кожному рівні своєї організації має тимчасові і нетимчасові феномени, співвідношення яких і продукує наповнення кожного відповідного рівня» [5, с. 39]. Учений уводять поняття «психоглоси – одиниця мовної свідомості, що відображає певні риси мовного ладу, систематичність рідної мови, яка характеризується високою стійкістю до варіацій, інтегрує поняття ізоглоси та хроноглоси на рівні мовної особистості» [5, с. 25]. Відповідно до трьохрівневої структури мовної особистості розрізняються і три види психоглос. Ю. М. Караулов поділяє їх на «граматичні, пов'язані із знанням рідної мови; когнітивні, які збігаються з реальними категоріями образу світу відповідної епохи та мотиваційні, що відображають національний характер мови» [5, с. 161], оскільки для формування мовної особистості провідне значення має поняття національної специфіки мови, в якій виявляються особливості національного характеру [1, с. 22-33], тобто усвідомлення функціонування національної мовної особистості. На думку дослідників, трьохрівнева модель мовної особистості, запропонована Н. Ю. Карауловим, «допомагає всебічно показати і розкрити сам процес формування творчої особистості письменника, як він володіє художнім потенціалом слова, мовою, критикою, використанням художніх засобів, ходом відтворення інформації, і вмінням правильно будувати висловлювання» [3, с. 78].

У нашому дослідженні, щодо аналізу особливостей персонажа як мовної особистості, ми будемо спиратися на трьохрівневу структуру, запропоновану Ю. М. Карауловим, та на окремі екстралінгвістичні параметри, властиві для характеристики мовної особистості. Виокремлення екстралінгвістичних чинників зумовлено соціально-психологічними та індивідуальними ознаками особистості, що позначаються на мові персонажа.

Враховуючи такий підхід до аналізу персонажів як мовних особистостей можна виділити два соціально-психологічних типи героїв в оповіданнях малої прози В. Винниченка: конфліктний і гармонійний. Персонажі, що належать до «конфліктного» типу мовної особистості – це енергійні, комунікативно ініціативні особистості.

**Якщо** конфлікт – це зіткнення ціннісно-сміслових позицій, установок, інтересів мовців, які мають вербальне значення, то конфліктний діалог – це вербально виражене зіткнення самих учасників комунікації, викликане психологічними або комунікативно-мовними причинами, в результаті якого одна із сторін діє в ущерб іншій. В енергійних, комунікативно ініціативних особистостей конфліктність проявляється у ландшафті мовної агресії, фігурує як комунікативний вплив і спрямована на негативний емоційно-психологічний стан співрозмовника, причому вплив агресивної мовної особистості визначається своєрідною категоричністю. Цей тип людей віддає перевагу таким жанрам мовного спілкування, в основі яких між учасниками комунікації виникають сварки, скандали, з'ясування стосунків, образи та звинувачення. Агресивність мовної особистості у діалогах проявляється через такі інформаційні маркери як тональність, грубість, роздратування, презирство, погрозу. Часто також у межах конфліктного спілкування використовується і нецензурна лексика.

Так, наприклад, в оповіданні «Краса і сила» головна героїня твору Мотря проявляє себе у таких антропоцентричних ознаках мови, які їй притаманні. Вона підбиває Андрія на скандал і робить це навмисне: «Ха-ха-ха! Заступивсь, заступивсь! – зареготала Мотря і, схопившись, підбігла до Ілька. – Так ось же тобі, тьху! тьху! тьху! у саму твою гарну морду! Тьху на тебе! «Я заступлюсь!», каже. Ха-ха-ха! Ти?! Проти його?! У, паршивий, нікчемний! Тьху! Ось тобі, о, на! – Та ну... Гаразд... – одхилиючись од її дуль, муркнув Ілько. – Бо як дам... [2, с. 28].

Діалог, зображений автором твору, має відверто конфліктний характер, у якому персонажі виконують асиметричні ролі. Ініціатор мови (Мотря), що є мовною особою конфліктного типу, проявляє себе як справжній вербальний агресор. Для досягнення поставленої мети цим комунікантом обирається тактика різних звинувачень і образ. Досягнути свого за будь-яку ціну – єдина мета учасника діалогу. Комунікативна роль другого персонажа (Ілька) є підпорядкованою і займає суто оборонну позицію. Його репліки спрямовані в основному на врегулювання конфлікту (Я заступлюсь!. *Гаразд* – Ну, ти). Вербальна агресія Мотрі простежується у з'ясуванні стосунків. Інтонаційні маркери, які застосовує героїня твору характеризують її емоційно-експресивний стан. Розтягування, повторення складів вказує на переповнення у неї злості: Ха-ха-ха! Ти? Даси? Ану, спробуй, ану, ану ж, ну Чого ти. На ще, на! Бий же! Тьху на тебе! Тьху у самі твої гарні очі!. . У, паршивий! [2, с. 29].

У конфліктній комунікації учасники вибирають уже визначені моделі мовної поведінки: ініціатор конфліктного діалогу переслідує конкретну мету. Наприкінці сварки Мотря обирає тактику насмішки над зовнішністю Андрія: А, ти сатано руда, не посміхайсь, не задавайсь!. . Я йти плюю в морду, і піду до його, і буду ходити. На зло тобі буду ходити, бо він – гарний, а ти – рудий! І ось вам обом, прокляті, ось!» [2, с. 29].

Аналіз причин виникнення конфліктного діалогу показав, що в малих мовних жанрах психологічний конфліктний діалог, як правило, знаходить своє втілення в особливій реалізації мовних жанрів, а комунікативно-мовний конфлікт часто переростає у конфлікт міжособистісного аспекту. Відповідно до самого факту ініціації конфлікту необхідно йменувати їх як суб'єкта-ініціатора конфлікту і втягнення у конфліктну комунікацію суб'єкта. Ініціатор конфлікту може мати окремі специфічні особливості, мета яких спровокувати виникнення конфліктного діалогу для досягнення бажаних результатів, хоча сам суб'єкт може брати і не брати участь у конфлікті.

Ідеальний випадок – коли той чи інший носій мови у спілкуванні віддає перевагу висловлюванням, спрямованим на комунікативну підтримку співрозмовника, на прояв симпатії, створення атмосфери гармонійного, злагодженого мовного взаємовпливу, у випадку виникнення комунікативної напруги – на нейтралізацію: « – Вы... надолго сюда?. Да постоит: що ж це я, ви ж малорос, українець? Я з цим згодився. – Ах, щоб же нас! Так будем же розмовляти по-своєму!. . Я й на це пристав. Він зрадив, ніби найшов те, що давно вже шукав... – Ви візьміть хоч би таке, – говорив він з запалом. – Єсть у вас репертуар п'єс, п'єс передових, так сказати е... е... з... ну, з направлінням... » [2, с. 97-98].

Тональність такого діалогу зображено з позитивними емоціями, яка створює атмосферу дружелюбності, приязні, спокою і гармонії. Разом з тим, автор свідомо показує оте «е» – труднощі мовця, Гаркуна-Задунайського, у доборі українських слів. Гармонійність у процесі комунікації між партнерами, на наш погляд, уможливило взаєморозуміння стратегій і тактик співрозмовників, тональність спілкування, зацікавленість у процесі обговорен-

ня між співрозмовниками, адекватне вербальне і невербальне втілення прагматичних установок між учасниками діалогу, досягнення у процесі комунікації хоча б часткового взаємопорозуміння і дійти згоди.

Таким чином, розглянувши різні соціолінгвістичні складові дослідження персонажа як мовної особистості, можна стверджувати, що діалог є не тільки матеріалом мови як такого, а й результатом впливу екстралінгвістичних, соціальних і психологічних чинників. З метою створення мовної поведінки і характеристики персонажів у малій прозі В. Винниченка сформувалися **два соціально-психологічних типи героїв** (конфліктний і гармонійний), поведінка комунікантів і сама мова персонажів.

#### **Література:**

1. Вежбицкая А. Язык. Культура. Познание. – М. : Гнозис, 1997. – 420 с.
2. Винниченко В. К. Краса і сила. – К. : Дніпро, 1989. – 752 с.
3. Диброва Е. И. Донченко Н. Ю. Поэтические структуры антонимии. – М. : С. Принт, 2000. – 183 с.
4. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. – М. : Гнозис, 2004. – 390 с.
5. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. – М. : Наука, 1987. – 264 с.
6. Караулов Ю. Н. «Русский язык и языковая личность». Издание 2-е, стереотипное. – М. : Эдиториал УРСС, 2002. – 264 с.

Неклесова В. Ю.,  
ОНУ ім. І. І. Мечникова, м. Одеса

### ДОМІНАНТНІ СКЛАДОВІ ТРЕТЬОГО КОЛА ХРОНОНІМНОГО ФРЕЙМУ (за даними ономастичного асоціативного експерименту)

*Стаття є аналізом даних ономастичного асоціативного експерименту. Увага приділяється опису онімів-стимулів, що актуалізують узуальний та віртуально-узуальний скрипти третього кола, які є домінантними складовими часового простору.*

**Ключові слова:** хрононім, узуальний скрипт, віртуально-узуальний скрипт.

*Статья является анализом данных ономастического ассоциативного эксперимента. В фокусе – описание онимов-стимулов, которые актуализуют узуальный и узуально-виртуальный скрипты, которые являются доминантными составляющими временного пространства.*

**Ключевые слова:** хрононим, узуальный и виртуально-узуальный скрипт

*The article deals with the analysis of the data of the onomastic associative experiment. The focus of the article is the description of the personal names that represent the usual, virtual-usual scripts, which are more noticeable components of the temporal continuum.*

**Key words:** chrononym, usual script, virtual-usual script.

Метою статті є систематизація та опис даних, які було отримано у ході ономастичного вільного асоціативного експерименту. Дані було розподілено між колами індивідуального хрононімного фрейму [1].

Третє коло індивідуального хрононімного фрейму є периферією, пасивним шаром ментального лексикону людини. У третьому колі містяться хрононіми, які можна зустріти у діалектному вжитку. Вони відомі лише частині мовної спільноти. Власні назви на позначення часу можуть належати і широкому загалу, але все одно бути віддаленими від центру індивідуального фрейму. Наприклад, такі події, як Перша світова війна або падіння Тунгуського метеориту є лише фактами соціального життя для людини, адже людина про це не має спогадів і не була свідком цих подій. Тут вже не йдеться про позицію спостерігача, як у другому колі індивідуального фрейму. Єдине, чим володіє індивід, – це культурна енциклопедична інформація про проміжки часу.

У третьому колі індивідуального хрононімного фрейму, на нашу думку, знаходяться асоціації, які відображають фонові знання респондентів, тут не може бути ані спогадів, ані емоцій, адже ця структура наповнена історичними подіями або маловідомими святами. Також при можливій віднесеності до третього кола ми враховували кількість відмов, це приблизно 5–7 респондентів. Тут і в наступному колі багато загадкових асоціацій, що є проявом індивідуальних причинно-наслідкових зв'язків. Ми відмовляємося від визначення «помилкова асоціація», заміншуємо її індивідуальною, помилковою вона є лише з погляду дослідника, для респондента вона є очевидним зв'язком зі стимулом.

Віртуально-узуальний скрипт сполучає хрононіми з реального життя та творчу вигадку. У результаті ми отримуємо суміш штучної та природної реальностей. У третьому колі хрононіми з такими характеристиками є найбільш віддаленими від часового простору «Я»-концепції індивіда. Досить часто людина не може згадати, де чула певний хрононім або якусь інформацію про нього.

У зоні цього скрипту можуть бути хрононіми, які було взято з хронології реальних подій, а потім вжито у будь-якому виді творчості, такі, як *Золота лихоманка* та *Суд над Салемськими відьмами*. Інші події пройшли цей шлях у зворотньому напрямку: *Фестиваль Чаклуна з країни Оз* та *Фестиваль «Пісня про Гайавату»*. Ця група є другою за частотністю групою у цьому колі, вона репрезентує світ уявного та світ реальних подій, які змішано разом настільки тісно, що не завжди можна відокремити одну частину від іншої, як наприклад *Ера джезу*.

*Золота лихоманка* 116/72/49/18/2 очікуваним є домінантність асоціативного гешталту [2] «матеріальні блага» – 35%. Серед асоціатів, які його складають є *жадоба* (3), *брюліки*. Проміненним є і гештальт «хвороба» – 19%: *збожеволіти, прищипки*.

Онімічні лемми [3, 107] відображають такі тенденції: *Джеск Лондон* (4) як письменник, що найповніше розкрив цю тему; місце – *Аляска* (7), *Америка* (5).

Узуальний скрипт відображено у реакціях, які описують уявлення сьогоденної людини про події того часу: *гангстер, золотий самородок*. Цьому допомагають реакції на відображення віртуального скрипту: *Ельдорадо* (3), фільм *«Золото дурнів»*, *Чаплін*. Ельдорадо є віртуальним зображенням Клондайку, втіленням Обітованої землі у реальному житті і, як і остання, має багато міфів та легенд.

Сценарій є циклічним, адже спочатку була *Срібна лихоманка*. Ця хвороба вразила спочатку Європу, містечко Кутна Гора у Чехії, де здобувалась третина усього срібла. Сценарії *знахідка нових родовищ золота, золотий самородок* відображають екстралінгвальну інформацію.

*Суд над Салемськими відьмами* 100/57/18/11/2 «Образ відьми» є центральним асоціативним гешталтом у нашій статті: *мітла* 2, *бородавка*. Онімічні лемми, присутні у статті, розподіляються на два шари: середньовічні забобони (*Шабаш* (2), *«Молот відьом»*) та сучасний імідж (фільм *«Відьма з Блер»*).

Асоціати є уявленнями про жінок-чаклунок, які дійшли до нас з давніх часів і потім дуже природно вписалися у масову культуру у вигляді фільмів та книжок, деяка частина йде з Середньовіччя: *багаття* (11), *інквізиція* (6). Більш нові образи, нав'язані серіалами, фільмами, книгами, – *зіпсований генофонд*, *«Золотий компас»*, вказують на переоцінку, покращення іміджу.

**Падіння Тунгуського метеориту** 104/65/24/10/0 СГАП «космос» становить 19%. СГАП «западина» – 29%. Серед онімичних лемм є поодинокі реакції *день народження Євгена*, що, як ми розуміємо, є збігом за датою. Інші пов'язані з ідентифікацією місця, де трапилася подія: *Туриція 2, планета Земля*. Також маємо дві лемми віртуального скрипту: *Тесла 3, фільм «Армагеддон»*.

Респонденти ототожнюють цей онім з реальною подією, багато з них описують візуальні образи, які вони, можливо, бачили на фотографіях або кіноплівці: *вирва в землі, в'ятина*. також можемо виділити групу слів, що вказують на новомодні скептичні тенденції, теорії змов та інше, що є зоною віртуального скрипту: *аномалія, містика*.

Відомою історична подія стала завдяки науково-популярним фільмам та поширенню в Інтернеті різноманітних теорій щодо природи цього явища. Сценарні реакції повторюють широко відому версію про падіння метеориту: *чорний уламок*; а також відображають сценарії, сконструйовані під впливом альтернативних бачень історичної події: *ненавиджу рептилій, вогненний дощ*.

**Фестиваль Чаклуна з країни Оз** 124/77/40/24 СГАП «зміст казки»(93%), вказує на знання змісту казки, але не сутності свята: *летючий будинок*. Стимул настільки тісно пов'язаний з казкою, що реципіанти перелічують персонажів: *Еллі (7), Смарагдове місто (4)*. Однак це не оригінал, а переклад-адаптація, зроблена О.М. Волковою. Також відбувається переміщення на інших відомих персонажів казкових історій: *Гаррі Потер, Пітер Пен*. Сценарні реакції *всі в ковпаках, всі переодягаються в персонажів цього свята* є здогадками респондентів щодо характеру цього свята.

**Двохвилинка Ненависті** 109/88/12/8/3 СГАП «почуття» становить 54%, що підказано семантикою лексем у складі стимулу (*Hate*). ОЛ відображають знання про книгу: *Оруелл 5, 1984*, репрезентують віртуальний скрипт, а ось сценарії описують узуальний: *поненавидів 2 хв та протист, психологічний тренінг?*

**Фестиваль «Пісня про Гайавату»** 110/58/25/14/6 СГАП «музика» становить 62%, що, на наш погляд, зумовлено наявністю лексеми *Song* у стимулі. ОЛ містять вказівки на віртуальний скрипт («*Пісня про Гайавату*») (4) та узуальний (*Гаваї*) (3). Відгуки, подібні *люблю співати, національні костюми*, є, скоріш за все, спробою висловити уявлення людини про можливий характер свята.

**Ера джазу** 132/71/36/21/0 визначається СГАП «музика», 79%. Присутні реакції з числовим компонентом (*20 ст., 50-60-ті*), що є уявленнями респондентів, коли саме була ця ера. Також представлені стереотипні сценарні уявлення щодо людей, які грали цю музику: *афроамериканці (5), товстий негр*. ОЛ підпадають під вплив двох скриптів, зокрема зірки кіно та музики (*Глен Міллер, Мерилін Монро*) – узуальний скрипт. Дія віртуального проявилася у реакціях аналогічних таким: *фільм «Легенда про піаніста»*, де зображується цей період з погляду однієї людини, та композиції «*Hit the Road Jack*».

**Хрестовий похід дітей** 99/75/10/10/9 у нашій статті існує багато відгуків з пейоративними конотаціями: *слова 2, бідні дітки*, що вказує перш за все на те, що респонденти звернули увагу на сутність події та її сприйняття з точки зору сучасної людини, яка користується такими надбаннями цивілізації, як права дитини. СГАП «війна» 41%, СГАП «діти» 19%.

Серед онімних асоціатів існує підгрупа власних назв, тематично пов'язаних з таким явищем, як Хрестові походи: *Папа Римський, Хрестові походи, Грааль, Гроб Господній, Іспанія, Бог, Палестина, Рим*. Можемо вилучити лише ім'я *Курт Воннегут*, який все ж опосередковано пов'язаний зі стимулом, в його творчості є роман з назвою «Бійня номер п'ять, або Хрестовий похід дітей» (англ. «*Slaughterhouse Five or, The Children's Crusade*»). Сучасні комп'ютерні ігри *Argent Crusade, Warhammer*, в яких зображено віртуальний світ часів Середньовіччя, також, як і з попереднім онімом, респонденти не ідентифікували його як представника віртуального скрипту. Тільки одна реакція – *Курт Воннегут* – вказує, що людина знайома з творчим оточенням цього оніма. Очевидно, учасники експерименту звернулися до більш раннього, узуального шару цього оніма. Дитячий хрестовий похід відбувся 1212 року, хроніки пропонують різні варіанти завершення цього заходу, навіть вважається, що то були не діти, а юнаки.

Наші респонденти віднесли власну назву до узуального скрипту через те, що, мабуть, не знайомі з твором – джерелом. Вони сплутали поетонім з реальним онімом, також мало хто мав фонові знання про нього, отож, багато хто ідентифікував цю подію з реальними історичними Хрестовими походами або ж вигадав свій можливий сценарій: *діти-завойовники, діти у формі мушкетерів*.

**День висадки на Місяць** 118/68/61/15/2 СГАП «Місяць» займає 63% всіх асоціатів. ОЛ є найчастотнішими асоціатами у нашій словниковій статті, дослідження Місяця пов'язане саме з персонами, які побували у космосі: *Армстронг (11), Гагарін (11)*. Взагалі ОЛ *Армстронг* повторюється респондентами у різних варіаціях 17 разів, *Гагарін* – 13. Невеличка частина реакцій пов'язана з віртуальним скриптом, наприклад ОЛ *Незнайка (2)*. Також відчутний відгомін теорій змов у сценарних реакціях подібних до *найбільша містифікація*.

**Велика чума** 123/64/33/18/1. СГАП «Смерть» складає 92%, багато з асоціатів пов'язані з темою смертельної хвороби: *карантин, вимирання*. ОЛ реалізують узуальний (*Середньовіччя*) скрипт та віртуальний (*Камю «Чума»*). У даному стимулі виражено сценарій-спіраль реакціями, аналогічними *СНІД (2)*.

Таку кількість хрононімів цього скрипту ми пояснюємо тим, що зовнішня інформація є потенційною. Віртуальність є засобом осмислення реального світу. І хрононіми, які потрапляють у третє коло, є ще невизначеними. З часом вони можуть перейти до першого або другого кіл або навіть випасти із ментального лексикону людини.

Хрононіми віртуально-узуального скрипту є другою за чисельністю групою у третьому колі індивідуального фрейму, вони складають 36%. Тут постають аспекти зіставлення інтелектуального та емоційного світів людини.

Узуальні хрононіми є найчисельнішою групою у цьому колі, складають 40%. Завдяки тому, що це коло наповнене подіями з історії, то всі вони сприймаються як реальне минуле. Критерій реальності проміжків часу визначає суспільна практика, такі речі не потребують доказів. Сюди помилково були віднесені хрононіми віртуального скрипту *Первинні століття*, але тільки тому, що вони мають форму дуже схожу на історичну номенклатуру.

Хрононіми узуального скрипту третього кола онімичного фрейму є психічною реальністю для людини, але ця реальність не є власне індивідуальною, навпаки, більша її частина соціальна, належить хронології суспільства.

**Нюрнберзький процес** 101/57/39/10/5 Онім ми відносимо до 2-3 кіл фрейму, реакції відображають визначену інформацію – 47 асоціатив вказують на поле історії, що це саме за процес і хто з ним пов'язаний. СГАП «суд» 55%. Відомість оніма забезпечує здебільшого частині правильну реалізацію асоціацій сценарного типу (лінія), яких ми нарахували 10 (10%). Також існують реакції, що містять вказівки на знання культурної ролі міста як центра Відродження у Германії, 6(6%). Емоційні реакції відсутні, що надає нам право віднести онім до 3 кола загальнономовного фрейму. апелятиви, наявні у реакціях, вказують на пряме осмислення оніму: *суд* (22), *політика* (4).

**Первинні століття** 118/92/8/6/0 СГАП «теорія Дарвіна» Ті уявлення, які були сформовані за допомогою теорії еволюції, превалюють у списку реакцій. Навіть не сама теорія, а народне її осмислення, де емоційна складова носить пейоративний характер: *примітивність 2*, *бруд*, усього 13%. Серед асоціацій майже відсутні ті, які вказують на образне або символічне осмислення власної назви. Ми відносимо пропріатив до 3 кола індивідуального фрейму. Дуже багато реакцій-таксонів із біологічної номенклатури: *неандерталець* (4), *homo sapiens* (3) – 31 (26%).

Графічний знак *O\_o* в Інтернет-спілкуванні вказує на здивування співбесідника, скоріш за все, саме так респондент висловив своє здивування, звідки взявся онім.

Проаналізувавши набір асоціацій, ми побачили, що респонденти прийняли віртуальний онім за узуальний – відсутність реакцій, які вказують на твір А.Азімова «Кінець вічності», де цим словом письменник назвав століття з I по XXII н.е., навпаки, усі реакції вказують на первинне суспільство і те, як сучасні студенти уявляють життя в доісторичну епоху.

Реакції респондентів, на кшталт, *життя первинних людей на початку їх розвитку* дають нам можливість віднести цей онім до категорії сценарій-лінії, бо вони визначили цей онім як той, що належить царині історії, однак він є вигаданим письменником-фантастом А. Азімовим.

У стимулі **Третій Рейх** 111/58/78/22/9 найчисельнішими є асоціати, які складають СГАП «фашизм». Їх 68% від загальної кількості: *концтабір*, *геноцид*. Оніми у складі асоціативного поля хрононіму є реаліями того часу і того устрою: *Геббельс*, *СС* (2). Дію скрипту відображено за допомогою екстралінгвальних знань, які наявні у більшості асоціатив: *не дай Боже*, *катування*. Подібним є склад ОЛ *Німеччина* (21), *Велика Вітчизняна війна*. Про те, що цей онім належить до сценарію-спіралі, свідчить порядковий чисельник у його складі. Саме це наштовхнуло наших респондентів на реакції, де продукуються можливе повторення подій: *не дай Боже*, *четвертий*; *третє пришестья*.

**Війна в Перській затоці** 116/72/18/18/2 СГАП «війна» становить 58%. Список ОЛ містить перерахування топонімів: *Багдад*, *Ближній Схід* та людей, які історично пов'язані з цим регіоном: *Олександр Македонський*, *Дж.Буш-старший*. Філософські роздуми тільки підкреслюють дію сценарію-лінії: *людство одного разу знищить себе*.

**Землетрус у 1906 у Сан-Франциско** 117/70/13/10/2 У списку асоціацій превалює СГАП «руйнація», сукупність реакцій становить 76%. ОЛ реалізують узуальний скрипт: *шкала Ріхтера*, *Golden Gate Bridge*. Майже прямими вказівками на віддаленість від я-центра є сценарні відгуки подібні *мене ще не було*. Більша частина зображує сценарій будь-якого землетрусу: *падають дерева*.

**Холокост** 130/75/57/16/2 вказівкою на добре знання історії є СГАП «геноцид» – 84%. Скриптові та сценарні реакції висловлюють ставлення респондентів: *закатовані люди*, *дуже коштовний*, *даремно встановлений в Одесі пам'ятник*. Пропріативи-відгуки вказують на персон, які є учасниками події: *Гітлер* (3). У свідомості злилися дві події Голодомор і Холокост, про що свідчать асоціати *Голодомор* (3), *Ющенко* (4).

У стимулі **Холодна війна** 127/87/59/21/2 СГАП «протистояння» складає 67%. ОЛ вказують на факти та персоналії, які пов'язані з подіями, що тривали майже половину сторіччя. Найбільшу кількість мають ОЛ США та СРСР, респонденти подають їх у різних комбінаціях: *США vs СРСР* (2), *США і СРСР* (3). Також учасники експерименту відтворили інші широко відомі реалії: *Карибська криза*, *Кеннеді*, *комп'ютери*. Однак серед студентів були й ті, які використали сценарій за відсутністю енциклопедичних знань: *війна взимку*.

**Фестиваль барбекю** 113/79/8/7/1. Хрононім має СГАП «Відпочинок» 90%. Узуальний скрипт реалізується і у простих лексемах (*шашилик*, *дача*) і в ОЛ (*розвага для американців*). Також ОЛ відображають уявлення наших респондентів, де саме відбувається свято (*США*) і проводять аналогії (*типу нашого 1-2 Травня*).

**Новий порядок** 106/78/24/16/ визначається СГАП «Політика» 64%. Асоціати *більшовики*, *закон*, *Сталін* реалізують скрипт. Сценарій-лінія відображає історичні реалії: *фашисти у 1941–42 на захопленій території СРСР*.

**Буревій Катрина** 102/73/46/16/1 містить СГАП «США» 40%. Реакції, що продуковані скрипом та сценаріями, відтворюють картину лиха, яку респонденти бачили у репортажах ЗМІ: *місто-привид*, *величезна кількість жертв*. ОЛ є найчастотнішими реакціями, багато з них ідентифікують місце, де трапилося лихо: *Америка* (12), *Новий Орлеан* (7). Деякі респонденти вирішили пожартувати і створили свої назви ураганів: *буревій Олена*, *буревій Сергій*.

**Рух за громадянські права в США** 118/89/34/14/1 СГАП «народні виступи» 54%, що не зовсім відображає сутність хрононіму, але показує, що для українця боротьба за права пов'язана з більш насильницькими методами. Сценарні асоціати, які вказують на такий устрій думок, – *люди добилися волі не від того що терпіли, а навпаки*. ОЛ вказують на місце, де сталися події: *Америка* (6).

**Бейб бум** 118/84/17/11/2 СГАП «діти» (60%) реалізується в скриптах і сценаріях: *дітонародження ↑*, *візок* (3). ОЛ вказують де саме є або немає підвищення народжуваності: *Китай* (3), *не в Україні*.

Отже, хрононіми узуального скрипту є найчисельнішим сегментом у третьому колі індивідуального хрононімного фрейму, складають 40% від загальної кількості пред'явлень. На відміну від першого та другого кіл, третє коло визначає той сегмент ментального лексикону, який визначається і зумовлюється соціальним буттям.

У третьому колі індивідуального хрононімного фрейму спостерігається наявність узуального, віртуально-узуального, віртуального, узуально-сакрального, сакрального. Периферійне коло містить здебільшого зони узуаль-

ного та узуально-сакрального скриптів. Третє коло – це коло соціальної реальності, отже, скрипти, які репрезентують події, беруть участь у конструюванні тих часових аспектів картини світу, що найбільше взаємодіють з довколишнім світом. Часові проміжки із життя суспільства, про які індивід лише чув, не спостерігав і тим більше не переживав, знаходяться у третьому колі. Отже, ці події, далекі від центру внутрішнього світу людини, знаходяться у третьому колі індивідуального хрононімного фрейму.

**Література:**

1. Карпенко О. Ю. Структура хрононімичного фрейму / О. Ю. Карпенко // Записки з ономастики. – Одеса : Астропринт, 2008. – Вип. 11. – С. 111-118.
2. Марковина И. Ю. Специфика языкового сознания русских и американцев : опыт построения «ассоциативного гештальта» текстов оригинала и перевода / И. Ю. Марковина, Е. В. Данилова // Языковое сознание и образ мира ; [под. ред Н. В. Уфимцевой]. – М., 2000. – С. 116-132.
3. Неклесова В. Ю. Когнітивна природа власних назв на позначення часу : дис. ... кандидата філол. наук : 10.02.15 / Неклесова Валерія Юріївна. – Одеса, 2010. – 239 с.

**Нікіточкіна І. В.,**

Буковинський державний фінансово-економічний університет, м. Чернівці

### СЕМАНТИКО-КАТЕГОРІАЛЬНА РОЗБІЖНІСТЬ ТЕРМІНІВ «СМИСЛ», «ЗНАЧЕННЯ», «ПОНЯТТЯ» І «КОНЦЕПТ»

*У статті розглянуто сферу вживання термінів «смысл», «значение», «понятие», «концепт» і виявлено їх комунікативні відмінності. Детально досліджуються розбіжності філологічної інтерпретації когнітивного термінологічного апарату. Внаслідок порівняльного аналізу існуючих робіт з даної проблематики встановлено критерії семантичного розмежування вищезгаданих термінів у мовознавчій парадигмі.*

**Ключові слова:** значення, концептосфера, концепт, ментальний, поняття, смисл.

*В статье рассматривается сфера употребления терминов «смысл», «значение», «понятие», «концепт» и определяются их коммуникативные различия. Детально исследуются различия филологической интерпретации когнитивного терминологического аппарата. В результате сравнительного анализа существующих работ по данной проблематике устанавливаются критерии семантического разграничения вышеупомянутых терминов в языковедческой парадигме.*

**Ключевые слова:** значение, концептосфера, концепт, ментальный, понятие, смысл.

*The article looks at the sphere of usage of the terms «sense», «meaning», «notion» and «concept» and reveals their communicative differences. Various philological interpretations of cognitive term apparatus are studied in detail. The contrastive analysis of the existing works on the problem under study results in working out semantic differentiation criteria of the above-mentioned terms within linguistic paradigm.*

**Key words:** cognitive linguistics, concept, linguocultural, meaning, mental, notion, semantics, sense, term.

На сучасному етапі розвитку антропоцентричної лінгвістики її провідним напрямом є когнітивний підхід, тому адекватне застосування концептуального та категоріального апарату набуває особливого значення.

Когнітивістика представлена декількома поширеними напрямками, кожен з яких відрізняється власними установками, сферою та особливими процедурами аналізу. Різноманіття теоретичних конструктів і термінології, що застосовуються у рамках когнітивної лінгвістики, широкий спектр мовних явищ, які перебувають у полі зору дослідників, активне використання знань, які стосуються інших дисциплін, оригінальність авторських підходів до аналізу матеріалу – все це ускладнює встановлення загальної теоретичної платформи когнітивної лінгвістики. Формування нової парадигми у мовознавстві вимагає не тільки розробки нового інструментарію та категоріального апарату досліджень, а й суттєвих змін у системі поглядів на мову, яка сьогодні не може розглядатися незалежно від людини.

У мовознавчій літературі за останні десятиліття з'явилася значна кількість публікацій з актуальної проблеми когнітивної лінгвістики (Ch. Fillmore 1977; R. W. Langacker 1987; G. Lakoff 1987; O. C. Кубрякова 1994; В. З. Дем'янков 1994; М. М. Болдирев 1994; П. Б. Паршин 1996; Р. М. Фрумкіна 2001; З. Д. Попова, Й. А. Стернін 2002; С. Г. Воркачов 2002; С. А. Жаботинська 2004; І. С. Шевченко 2006; В. Б. Касевич 2008; Приходько А. М. 2008; В. І. Писаренко 2008), де можна знайти різні точки зору та визначення тих самих термінів і понять Проблема розмежування термінів у лінгвістиці привертає все більше уваги, оскільки до цього часу багато дослідників не розрізняють їх категоріальний смисл.

Термін – це лексична одиниця певної мови спеціального спрямування, яка позначає загальне (конкретне або абстрактне) поняття теорії визначеної галузі знань або діяльності [12, с. 31-32]. Опис термінів передбачає виявлення та упорядкування відповідної системи і визначення кожної складової, що входить в систему. Згідно з законами формальної логіки жодна наукова аргументація неможлива без точного визначення понять, якими оперують співрозмовники [4, с. 105]. Найбільш поширеним і водночас дискусійним у сучасному мовознавстві є поняття «концепт». Попри частотність використання, концепт, як відомо, не має в лінгвістиці єдиної інтерпретації. Широко вживаючи позначення «концепт», мовознавці іноді мають на увазі зовсім різні речі.

У той самий час для наукових пошуків необхідне однозначне розуміння термінів та їх вживання. Плутанина при використанні термінів у лінгвістиці пов'язана з індивідуальною інтерпретацією їх різними авторами та відсутністю їх єдиного розуміння у мовознавстві. Визначити певне поняття означає перелічити його ознаки. Проте, це може виявитися складним завданням, оскільки кількість ознак поняття може бути дуже великою, тому вказати навіть більшість з них буде неможливо [21, с. 20].

Отже, **актуальність** даної роботи впливає з об'єктивної необхідності диференціювання термінів «смысл», «значение», «понятие» і «концепт» для подальшого адекватного оперування ними у науковому дослідженні.

**Метою** статті є уточнення та визначення термінів «смысл», «значение», «понятие» і «концепт» та їх розмежування для однозначного розуміння у лінгвістичних дослідженнях.

Таким чином, **об'єктом** дослідження виступає сфера вживання і розуміння у мовознавстві термінів «смысл», «значение», «понятие» та «концепт». **Предметом** – категоріальні відмінності вищезгаданих термінів у сучасній лінгвістиці.

Безпосередня мета дослідження, його предмет і об'єкт визначили **завдання**, які включають:

- критичний аналіз існуючих робіт з даної проблематики;
- порівняльний аналіз вживання у лінгвістиці термінів «смысл», «значение», «понятие» і «концепт» різними дослідниками;
- виявлення комунікативних відмінностей у розумінні досліджуваних термінів;



– розробка критеріїв семантичного розмежування вказаних термінів у їх філологічній інтерпретації.

Для вироблення робочого інструментарію оперування термінами «смысл», «значення», «поняття», «концепт» розглянемо їх розуміння у сучасному мовознавстві. У відповідності з гегелівськими законами діалектики вивчення будь-якого явища повинно відбуватися від простого до складного [3], тому розглянемо досліджувані терміни саме у такому порядку: «смысл», «значення», «поняття», «концепт».

В. В. Красних зазначає, що *смысл* є відображенням фрагменту дійсності у свідомості через призму того місця, яке даний фрагмент дійсності посідає у діяльності даного суб'єкту. Смысл завжди є смыслом чогось, оскільки не буває «чистого» смыслу [9, с. 35]. З іншого боку, стверджується, що «...смысл – це прояв значення у мовленні (тобто на синтагматичній осі), що має парадигматико-словникове та текстове вираження» [11, с. 23].

У одній зі своїх статей Ф. Г. Самігуліна пише, що смысл не дискретний, тому його розуміння симультанне, хоча пред'являється він розчленовано і конструється при сприйнятті із послідовно представленого ряду значень. Крім того, смысл знаку завжди масштабніше загальноприйнятого значення знаку, оскільки значення слова передає тільки декілька основних концептуальних ознак, суттєвих для повідомлення у конкретному комунікативному акті [17, с. 46-50].

Ще у роботах Л. С. Виготського знаходимо розрізнення між «значенням» як загальноприйнятою системою асоціацій, пов'язаних зі словом, і «смыслом» як індивідуальним змістом слова, пов'язаним з особистим суб'єктивним досвідом і конкретною ситуацією спілкування. Автор вважає, що смысл – це одиниця плану мислення і співвідноситься з думкою. Значення стосується плану мови і є одиницею мовної системи [17, с. 46-50]. «Смысл» не міститься потенційно у «значенні» і не може виникнути у свідомості із «значення»: він породжується не «значенням», а життям.

На думку О. О. Селіванової, значення є «психоментальним фрагментом колективної етносвідомості», що конвенційно закріплені за певною мовною формою й завдяки чому існує в індивідуальній свідомості в різних способах застосування. На думку дослідниці, термін до сьогодні не отримав сталої дефініції через розмитість межі між «значенням» і «смыслом» [18, с. 169].

Отже, значення є відображенням дійсності, закріплені за мовним знаком. За О. М. Леонтьєвим, це те, що відкривається у предметі або явищі об'єктивно, в системі об'єктивних зв'язків, взаємодії предмету з іншими предметами. Завдяки тому, що значення позначене знаком, воно набуває стійкості і входить в суспільну свідомість; у значеннях представлена перетворена і згорнута в матерії мови ідеальна форма існування предметного світу, його властивостей, зв'язків і відносин, розкритих суспільною практикою [20]. В. В. Красних розглядає значення як форму, в якій окрема людина оволодіває узагальненим і відображеним людським досвідом [9, с. 34].

Значення слова можна визначити як конвенційні, умовні знання (про сукупність мовних та позамовних ситуацій, предметів та відношень між ними), що ґрунтуються на процесі відображення оточуючої дійсності у процесі комунікації [11, с. 10].

Наведені точки зору науковців не дають конкретного уявлення про категоріальне розуміння і смыслове розмежування термінів «смысл» і «значення». Виходячи з дефініцій наведених у «Словнику-довіднику лінгвістичних термінів» Розенталь Д. С., Теленкової М. А., а також керуючись законом логіки про необхідність розмежування понять, у своїй роботі розуміємо під «смыслом» слова значення, яке слово отримує у конкретній мовній ситуації; а під «значенням» слова – смысл, що міститься у слові, пов'язаний з поняттям як відображенням у свідомості предметів та явищ об'єктивного світу.

«Значення» слова і «поняття», яке воно передає, взаємопов'язані, але не є тим самим. Поняття у слова завжди одне, а значень може бути декілька. Поняття є об'єктивним відображенням оточуючої дійсності, а значення може включати суб'єктивну оцінку або емоційно-експресивне забарвлення. Так, «смысл» на філософському рівні можна розглядати як конкретне, а «значення» – як загальне. Таким чином, можемо зробити висновок, що смысл є величиною більш конкретною, а значення, навпаки, – узагальненою. Інакше кажучи, значення є одиницею семантичного простору мови, елементом упорядкованої сукупності, системи смислів конкретної мови.

Далі розглянемо, як *смысл*, *значення* і *поняття* корелюють у термінологічному сенсі.

М. П. Кочерган пов'язує *поняття* з відтворенням денотативного значення слова (когнітивний зміст), чим підкреслює універсальність поняття [8, с. 17]. Іншими словами: «поняття є розумовим явищем, пов'язаним із раціональним знанням» [2, с. 16]. За визначенням Ю. С. Степанова, поняття – це думка, яка відображає в узагальненій формі предмети і явища дійсності за допомогою фіксації їх властивостей і відносин. Останні виступають у понятті як загальні та специфічні ознаки, співвіднесені з класами предметів і явищ [22, с. 383-384]. Отже, *поняття* – це ще вищий рівень мисленнєвого узагальнення картини світу на побутовому рівні спілкування. Загалом, поняття – це ментальний образ предмета або явища дійсності, створений шляхом віддзеркалення їх властивостей у свідомості людини.

«Поняття» є наближенням до «концепту». За визначенням О. О. Селіванової, концепт – це інформаційна структура свідомості, різносубстратна, певним чином організована одиниця пам'яті, яка містить сукупність знань про об'єкт пізнання, вербальних і невербальних, набутих шляхом взаємодії п'яти психічних функцій свідомості й позасвідомого. Ядром концепту є поняття, фіксоване у вигляді пропозиційних структур і позначене певною номінаційною одиницею. Концепти зароджуються у процесі пізнавальної діяльності, відображають й узагальнюють досвід людини й інтеріоризовану її свідомість дійсність, підводячи інформацію під певні вироблені суспільством категорії та класи. Слово є засобом доступу до концептуального знання, однак воно може представляти різні концепти, тому мова є доволі компактним засобом концептуалізації [18, с. 256].

Під базовим терміном «концепт» у когнітивній лінгвістиці, на думку С. А. Жаботинської, слід розуміти «будь-яку оперативну одиницю мислення, яка може передбачати або не передбачати наявність чіткої логічної форми» [5, с. 34].

У свою чергу, С. Г. Воркачов описує термін «концепт» як «зонтиковий» – він «вкриває» предметні області декількох наукових галузей: перш за все, когнітивної психології та когнітивної лінгвістики, які розглядають проблеми мислення і пізнання, зберігання та переробки інформації [1, с. 8].

На думку О. С. Кубрякової, «концепт» є терміном, який пояснює одиниці ментальних або психічних ресурсів нашої свідомості у тій інформаційній структурі, що відображає знання і досвід людини; це оперативна змістова одиниця пам'яті, ментального лексикону, концептуальної системи мозку (*lingua mentalis*), всієї картини світу, відображеної у людській психіці. Термін «концепт» відповідає уявленню про ті смисли, якими людина оперує у процесі мислення, і які відображають зміст досвіду і знання, результатів усієї людської діяльності, процесів пізнання світу у вигляді певних «квантів» знання. Авторка вважає, що концепти виникають у процесі побудови інформації про об'єкти та їх властивості, при чому ця інформація може включати в себе як дані про об'єктивний стан справ у світі, так і дані про уявні світи і можливий стан справ у них [10, с. 90].

В. А. Маслова розглядає концепт як семантичне утворення, яке вирізняється лінгвокультурною специфікою і певним чином характеризує носіїв конкретної етнокультури. Відображаючи етнічне світобачення, концепт маркує етнічну мовну картину світу. Концепт виникає не безпосередньо із значення слова, а є результатом зіткнення словникового значення слова з народним та особистим досвідом людини [13, с. 47].

Концепт є уявленням про фрагмент світу. Таке уявлення формується загальнонаціональними ознаками, що доповнюються ознаками індивідуального досвіду і особистої уяви. Концепт – це національний образ, ускладнений ознаками індивідуального уявлення. На матеріалі мовних одиниць розглядають способи реалізації концептів у функціональному аспекті [7, с. 16].

На думку В. І. Карасика, концепт – це фрагмент життєвого досвіду людини. Повторюючись ці фрагменти фіксуються у пам'яті, а якщо вони важливі для індивіда, то є неминуче пов'язаними з переживаннями, що сприяє фіксації відповідного досвіду і рефлексивній діяльності відносно нього [6, с. 33].

З. Д. Попова та Й. А. Стернін вказують на наявність значної кількості робіт, яких об'єднує фактичне ототожнення понять «концепт» і «значення слова»: традиційний аналіз семантики слова називають при цьому аналізом концепту, а семантичне дослідження – когнітивним. Наприклад, В. Я. Миркін в одній зі своїх статей про види значення слів зазначає: «Концепт, закріплений за певним словом, є (лексичним) значенням слова» [14, с. 102]. Мовознавцям таке ототожнення видається недоречним, оскільки просто відображає тенденцію до модного використання термінів «концепт» і «когнітивний» [15, с. 17]. Концепти – це посередники між словами і екстралінгвістичною дійсністю, і значення слова не може бути зведено виключно до концептів, що його формують [23, с. 395-396].

Концепт – це одиниця мислення, а значення – одиниця семантичного простору мови. Концепт і значення рівною мірою – явища когнітивної природи. Значення є частиною концепту як розумової одиниці, закріпленою мовним знаком з метою комунікації [7, с. 8].

Й. А. Стернін наголошує, що концепт – це одиниця концептосфери, тобто упорядкованої сукупності одиниць мислення народу. Концепт охоплює всі ментальні ознаки певного явища, які відображені свідомістю народу на даному етапі його розвитку. Концепт забезпечує осмислення свідомістю дійсності [20].

На відміну від понять, концепти не тільки мисляться, вони переживаються. Таким чином, можна прийти до висновку, що «поняття» і «концепт» мають співвідноситися між собою за допомогою гіпо-гіперонімічного зв'язку і в асиметричний спосіб: основою концепту є поняття, але основою поняття не є концепт. Вищесказане наводить на думку про те, що концепт має бути етноспецифічно забарвленим поняттям з певною етнопсихологічною надбудовою. Концепт – не поняття, а сутність поняття, явлене у своїх змістових формах – в образі, у понятті, у символі.

У математичній логіці терміном «концепт» називають лише зміст поняття, таким чином, «концепт» стає синонімічним терміну «смысл». Тоді як «значення» стає синонімічним терміну «об'єм поняття». Простіше кажучи, «значення слова» – це той предмет або предмети, відносно яких це слово правильно, згідно норм даної мови може бути застосоване, а «концепт» – це сенс слова [19, с. 50].

Розділяючи терміни «концепт», «значення» і «поняття», варто наголосити, що термін «значення» відходить на периферію лінгвістичних досліджень, уступаючи місце – «концепту». Порівняно з концептами поняття мають більш просту структуру, в якій переважає змістова складова і присутні не всі компоненти, представлені у структурі концепту [13, с. 37-38].

Погоджуючись з тим, що «концепт – це і ментальний генотип, і атом генної пам'яті, і архетип, і першообраз» [16, с. 54-55], вважаємо, що це ментальне узагальнення на ще вищому рівні свідомості. Це продукт усвідомлених і неусвідомлених асоціацій, емоцій, симпатій та антипатій, а іноді і їхнього зіткнення. Концепт є основним осередком культури в ментальному світі людини [19, с. 46].

Грунтуючись на вищезгаданих точках зору стосовно природи концепту, а також на порівняльному аналізі змісту термінів «смысл», «значення», «поняття» і «концепт», у даній роботі визначаємо «концепт» як лінгвокультурний фрагмент ментального відображення дійсності, що поєднує в собі поняття конкретної національної спільноти людей у певний період часу.

Отже, кожне національне суспільство, взяте на певному етапі свого історично розвитку, володіє певним концептуальним апаратом, складові якого конкретизуються у певних термінах, що мають визначені характеристики. Термінологічний апарат є основоположним у будь-якій галузі знань, оскільки тільки з його допомогою можна досягнути взаєморозуміння між спеціалістами.

Розроблений у нашій роботі термінологічний апарат допоможе, на нашу думку, уникнути неоднозначного розуміння базових термінів «смысл», «значення», «поняття» і «концепт» при їх вживанні у лінгвістичних дослідженнях.

**Література:**

1. Воркачев С. Г. Сопоставительная этносемантика телеономных концептов «любовь» и «счастье» (русско-английские параллели) / С. Г. Воркачев. – Волгоград : Перемена, 2003. – 164 с.
2. Воркачев С. Г. СЧАСТЬЕ как лингвокультурный концепт / С. Г. Воркачев. – М. : Гнозис, 2004. – 236 с.
3. Гегель Г. В. Ф. Наука логики / Г. В. Ф. Гегель. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://philosophy.allru.net/perv211.html>
4. Гринев-Гриневиц С. В. Введение в терминографию: Как просто и легко составить словарь: Учебное пособие / С. В. Гринев-Гриневиц. – М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. – 224 с.
5. Жаботинская С. А. Когнитивная лингвистика: принципы концептуального моделирования / С. А. Жаботинская // Лінгвістичні студії. – Черкаси, 1997. Вип. 2. – С. 31-52.
6. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. – Волгоград : Перемена, 2002. – 477 с.
7. Карасик В. И., Стернин И. А. Антология концептов / В. И. Карасик, И. А. Стернин. Том 1. – Волгоград : Парадигма, 2005. – 352 с.
8. Кочерган М. П. Зіставне мовознавство і проблема мовних картин світу / М. П. Кочерган // Мовознавство. – 2004. – № 5-6. – С. 12-22.
9. Красных В. В. Свой среди чужих: миф или реальность? / В. В. Красных. – М. : ИТДГК Гнозис, 2003. – 375 с.
10. Кубрякова Е. С. Краткий словарь когнитивных терминов / Е. С. Кубрякова, В. З. Демьянков, Ю. Г. Панкрац, Л. Г. Лузина. – М. : Изд-во МГУ, 1997. – 197 с.
11. Левицький В. В. Апроксимативні методи вивчення лексичного складу: Навчальний посібник / В. В. Левицький, О. Д. Огуй, С. В. Кійко, Ю. Є. Кійко. – Чернівці : Рута, 2000. – 136 с.
12. Лейчик В. М. Терминоведение: предмет, методы, структура / В. М. Лейчик. – М. : Изд-во ЛКИ, 2007. – 256 с.
13. Маслова В. А. Введение в когнитивную лингвистику: учеб. пособие / В. А. Маслова. – М. : Флинта, 2011. – 296 с.
14. Мыркин В. Я. Чувственно-иконическое значение слова // Филологические науки. – 2005. – №5. – С. 102-107.
15. Попова З. Д. Когнитивная лингвистика / З. Д. Попова, И. А. Стернин. – М. : Восток-Запад, 2007. – 314 с.
16. Приходько А. М. Концепти і концептосистеми в когнітивно-дискурсивній парадигмі лінгвістики / А. М. Приходько. – Запоріжжя : Прем'єр, 2008. – 332 с.
17. Самигулина Ф. Г. Концептуальная картина мира и специфика ее формирования / Ф. Г. Самигулина // Вестник Российского государственного университета им. И. Канта. – 2010. – Вып. 2. – С. 46-50.
18. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія / О. О. Селіванова. – Полтава: Довкілля-К, 2006. – 716 с.
19. Степанов Ю. С. Константы: Словарь русской культуры. Опыт исследования / Ю. С. Степанов. – М. : «Языки русской культуры», 1997. – 838 с.
20. Стернин И. А. Концепт и значение / И. А. Стернин. – [Электронный ресурс], 2007. – Режим доступа : [http://sternin.adeptis.ru/articles2\\_rus.html#a](http://sternin.adeptis.ru/articles2_rus.html#a)
21. Челпанов Г. И. Учебник логики / Г. И. Челпанов. – М. : Либроком, 2009. – 264 с.
22. Ярцева В. Н. Языкознание. Большой энциклопедический словарь / В. Н. Ярцева. – М. : Большая Российская энциклопедия, 1998. – 685 с.
23. Cruse D. A. Prototype theory and lexical semantics / D. A. Cruse // Meanings and Prototypes (edit. by Tzohadzidis S. L.). – London : Routledge, 1990. – P. 395-396.

**Новак В. Р.,**

Східноєвропейський національний університет ім. Лесі Українки, м. Луцьк

## ДО ПИТАННЯ ВИКОРИСТАННЯ НЕВЕРБАЛЬНИХ КОМПОНЕНТІВ В КОМУНІКАЦІЇ «ЛЮДИНА-КОМП'ЮТЕР»

*У статті висвітлено сучасні розвідки в галузі людино-машинної взаємодії, зокрема функціонування мультимодальних інтерфейсів користувача. Розглянуто кінетичний компонент невербальної комунікації як центральний в сфері створення нового покоління інтерфейсів. Наведено класифікації жестів, що є найбільш релевантними при взаємодії людини і комп'ютера, та запропоновано приклади їх застосування, а також перспективи подальших розвідок у даній галузі.*

**Ключові слова:** взаємодія «людина-комп'ютер», мультимодальний інтерфейс, кінетичний невербальний компонент, ергосеміотика.

*В статье освещаются современные исследования в области человеко-машинного взаимодействия, в частности функционирование мультимодальных пользовательских интерфейсов. Рассматривается кинетический компонент невербальной коммуникации как центральный в сфере создания нового поколения интерфейсов. Приводятся классификации наиболее релевантных при взаимодействии человека и компьютера жестов, предлагаются примеры их использования, а также перспективы дальнейших исследований в данной области.*

**Ключевые слова:** взаимодействие «человек-компьютер», мультимодальный интерфейс, кинетический невербальный компонент, эргосеміотика.

*Up-to-date investigations in the sphere of human-computer interaction are highlighted in the article, in particular functioning of multimodal user interfaces. Kinesic component of nonverbal communication is studied, being a leading one in creation of the new generation of interfaces. The most relevant to human-computer interaction classifications of gestures are provided, the examples of their usage are given, as well as the prospects of further research in this field.*

**Key words:** human-computer interaction, multimodal interface, kinesic nonverbal component, ergosemiotics.

Технічні досягнення ХХ століття в області зв'язку й інформації призвели до того, що у світі склалося особливе віртуальне середовище взаємодії людей за допомогою комп'ютера. У зв'язку із цим актуальними стають проблеми ефективної комунікації між людиною та комп'ютером які на даному етапі намагаються вирішити як комп'ютерні інженери, програмісти, так і лінгвісти всього світу. Так, авторами досліджень взаємодії «людина-комп'ютер» є Д. Ятес, В. Орликовський, Д. Гумперт, Т. Нільсен, Л. Спроул, С. Кейслер, С. Хилтз, М. Туроф, Д. Норман та ін.. Питання проблем взаємодії вербальних та невербальних чинників в такій комунікації заторкують в своїх роботах Р. Райс, Д. Лав, Л. Спроул, Д. МакНіл, Д. Росіні, А. Малдер, А. Кендон та ін.. Зараз, в період загальної комп'ютеризації та глобальної інформатизації, на перше місце виходить проблема створення такого інтерфейсу користувача, який не тільки б задовольняв усі вимоги до ефективної взаємодії людини з комп'ютером, а й значно б її полегшував та покращував результативність завдяки якнайбільшій відповідності програмного забезпечення природній мові людини (у її як вербальному, так і невербальному вираженні) та його відповідності всім особливим потребам користувача.

Відомий спеціаліст в галузі комп'ютерної семіотики Д. Норман вважає, що для створення якісного інтерфейсу користувача комп'ютера необхідно володіти: 1) мовами програмування та інформаційних технологій; 2) знанням про людей, особливості їхнього спілкування між собою та з комп'ютерною системою; 3) знанням тієї прикладної галузі, задля вирішення завдань якої створюється програмний продукт [1, с. 149]. При вивченні інтерфейсу користувача слід брати до уваги природу взаємодії людини з комп'ютерною системою, а також особу самого користувача: його знання, нахили, здібності, потреби, тощо.

З 1988 року в науковій літературі починають обговорюватися основні положення нової науково-практичної спеціалізації, що займається дослідженням проблем, спільних для семіотики, лінгвістики та ергономіки, – ергономічної семіотики (надалі ергосеміотики). Вона спрямована на розробку принципів проектування та створення ефективних та прийнятних мов людино-машинної, зокрема людино-комп'ютерної взаємодії. В основу ергосеміотики покладено ідеї Ч. С. Пірса про те, що розуміння природи іконічних та індексальних знаків та символів може сприяти належному використанню властивих людині мов у створенні штучних знакових систем. Більшість властивих людині кодів з'явилась ще у довербальному періоді еволюції засобів спілкування. До них можна віднести такі знакові системи як мова рухів, дій, жестів, образів, емоційних станів, іконічна мова, музичний та кольоро-коди тощо. У зв'язку з тим, що ці мови та коди не є добре вивченими, до завдань ергосеміотики належать дослідження цих семіотичних утворень у двох напрямках: а) проектування складних семіотичних утворень; б) сполученості якостей, функцій та особливостей штучних мов людино-комп'ютерної взаємодії з характеристиками нових засобів та приладів для введення та виводу інформації.

Останнім часом активно розвиваються засоби спілкування у віртуальній реальності, Інтернеті тощо. На думку Г. Я. Узилевського, цей період відрізнятиметься безпосередньою взаємодією користувачів із комп'ютерами, коли мови та коди, що з'явилися у довербальному періоді, усний варіант природної мови та нові засоби введення та виводу інформації будуть відігравати домінуючу роль; з'являтимуться нові знакові засоби, побудовані на симбіозі цих мов та кодів [4, с. 5]. В контексті ергосеміотики конкретний інтерфейс користувача визначається як інтерактивна багатоваріантна інформаційна система, утворена на основі вже наявних знакових систем (природної мови, іконічної мови, кольорових та музичних кодів тощо), а також штучних мов, що еволюційно розвиваються, та гнучких способів створення програмних і технічних засобів. Для вдосконалення комунікації «людина-

комп'ютер» в її основу має бути закладена не лише модель обробки інформації в процесі спілкування людина-людина, а й модель породження рухів та дій як елементи вербального та невербального мислення, тісно пов'язані між собою прямими та зворотними зв'язками, багаторушністю та системною організацією. Така модель сприяє введенню в людино-комп'ютерну взаємодію нових метафор, проектуванню сучасних комп'ютерних систем та дослідженню ментального світу користувача.

Характерною рисою розвитку сучасних комп'ютерних технологій є активне впровадження мульти-медіа технологій в інформаційні системи як для загальних завдань представлення інформації, так і для забезпечення взаємодії користувача з програмним середовищем. В умовах, коли комп'ютерні технології стають доступними дедалі ширшому колу людей, найбільш перспективним стає напрямок комп'ютерного діалогу з елементами інтелектуального інтерфейсу, який використовує як природну мову, так і невербальні засоби комунікації. Застосування невербальних мовних засобів в спеціалізованих програмних середовищах дозволяє підвищити ефективність їх використання. Вдосконалений таким чином комп'ютерний діалог розширює сигналізаційні можливості інтерфейсу як кількісно, так і якісно. Інтеграція невербальних компонент комунікації у людино-машинний інтерфейс сприяє підвищенню швидкості та повноти засвоєння інформації користувачами програм, що є особливо важливим для таких класів програмного забезпечення, як системи контролю даних, комунікаційні програми, операційні системи, навчальні, розвиваючі та довідкові системи.

З 90-х років минулого століття розпочалися дослідження нового покоління інтерфейсів користувача, які не використовують меню, форми та панелі інструментів; замість них для визначення специфікацій операцій робиться наголос на навчальні приклади, жести та розпізнавання мовлення. Такі інтерфейси ще не набули широкої популярності, проте спеціалісти різних прикладних галузей активно працюють над їх вдосконаленням. Виходячи з цього, в нашому дослідженні ставимо за мету висвітлення прикладних аспектів кінесики – однієї із центральних галузей невербальної семіотики, бо саме вона зараз проходить процес найбільшої інтеграції у людино-машинну комунікацію.

Для вирішення глобальної проблеми людино-машинної взаємодії в інтерфейсах користувача дедалі більше використовуються додаткові види каналів передачі інформації (мовлення, артикуляція губ, жести, напрямок погляду тощо). Такий спосіб взаємодії отримав назву «мультимодальна взаємодія»; вона реалізується шляхом мультимодальних інтерфейсів. Саме такі інтерфейси є властивими міжлюдському спілкуванню. В таких програмах користувач обирає, який канал, для передачі якого типу інформації йому найбільш зручно використовувати у даний момент. Такі інтерфейси дозволяють забезпечити найбільш ефективну та природну для людини взаємодію з різноманітними автоматизованими засобами керування та комунікації. В мультимодальних системах інформація від аудіо, відео, тактильних та інших комунікативних каналів безперервно обробляється, утворюючи реальне чи віртуальне оточення, що дозволяє задовольнити бажання користувача та оперативно адаптуватися до контексту [2, с. 301]. Отже, моделювання мультимодальної поведінки людини є основою для проектування інтелектуальних систем природної взаємодії. Мультимодальні мовленнєві системи (аудіовізуальні) є спробою досягнути простоти комунікації «людина-комп'ютер», поєднуючи автоматичне розпізнавання мовлення з іншими невербальними засобами, а також інтегруючи невербальні засоби із синтезом мовлення задля покращення методу введення інформації в мультимодальну пристрої. Таким чином, застосування мультимодальності дозволяє розширити спектр користувачів системи та потенційно забезпечує адаптивність до специфічних умов функціонування.

Можливість за допомогою мультимодальних систем обробляти вхідні модальності паралельно сприяє покращенню ефективності взаємодії людини та комп'ютера, особливо при маніпулюванні графічною інформацією. Оскільки користувачі сприймають інформацію на екранах комп'ютерів візуально (та частково на слух), і використовують рухи для проведення найпростіших операцій у графічному інтерфейсі комп'ютера (такі як клік, подвійний клік, пересування, що супроводжуються виконанням певних команд), тому можна стверджувати, що оптико-кінетичні засоби комунікації превалюють у спілкуванні людини з комп'ютером. Говорячи про рухи у спілкуванні з комп'ютером, варто розглянути природні жести людини в рамках функцій, які вони виконують. На сьогоднішній день існує багато різних класифікацій жестів, запропонованих такими дослідниками невербальної комунікації як С. Cadoz, D. McNeill, D. Efron, P. Ekman, B. Rimé і L. Schiaratura, A. Kendon та ін.; результати їх досліджень висвітлив у своїй роботі A. Mulder [6]. Стосовно застосування жестів у комунікації «людина-комп'ютер», на нашу думку, заслуговує на увагу класифікація, запропонована Д. МакНілом. Він виділяє жести:

- іконічні (що відображають певний об'єкт чи подію та тісно співвідносяться з семантичним змістом мовлення),
- метафоричні (як іконічні, але відображають абстрактні поняття),
- дійктичні (що вказують на когось чи щось конкретне чи то абстрактне) – це жести-вказівки, що застосовуються для привертання уваги,
- жести-акценти чи жести-наголоси (що мають лише дві фази (вгору/вниз, всередину/назовні), наголошуючи на значущості слова чи фрази, яких вони стосуються).

Говорячи про взаємодію людини з комп'ютером, в першу чергу згадують саме про дійктичні жести, що не дивно через те, що ці жести використовуються фактично у всіх доменах людино-машинної взаємодії (віртуальна реальність, мобільні телефони, планшети тощо). В роботі R. Bolt «Put that there» (1980) дійктичні жести було використано разом із командами вводу голосом для вказівки на розташування предметів на великому екрані. Ця робота є одним із перших досліджень з мультимодальних систем, в якому демонструвалася концепція використання мовлення та ручного маніпулювання об'єктом. Починаючи з цієї роботи, почали з'являтися бібліотеки та алгоритми для підтримки нових видів взаємодії, а також реальні програми (додатки). З базової концепції R. Bolt розвинулася загальна ідея мультимодальних систем, а емпірична робота з їх створення сприяла розробці теорії HSMI (human-computer multimodal interaction), яка наразі забезпечує основу для написання посібників з проектування таких систем.

Варто також розглянути класифікацію жестів, запропоновану F. Quek, в якій виділяється п'ять основних типів жестів у взаємодії «людина-комп'ютер»: жестикуляційні, маніпуляційні, сигналізаційні, дейктичні та мовоподібні.

Зупинимось на різноманітних маніпуляційних жестах, які існують у взаємодії людини з комп'ютером. За визначенням F. Quek, призначенням маніпуляційного жесту є керування певним об'єктом із використанням зв'язку між фактичним рухом рук та маніпуляцією об'єктом [7]. Маніпуляція відбувається як із використанням певних пристроїв для маніпуляції (наприклад, комп'ютерна мишка, стилус), так і з використанням вільних рухів рук для імітації певних дій із фізичним об'єктом; як в інтерфейсах віртуальної реальності, так і в «фізичних» інтерфейсах. До маніпуляційних жестів відносяться жести-вказівки, двовимірні та тривимірні жести. Для вказування використовуються спеціальні указки, палець руки чи світлове перо та активний (сенсорний) екран. Двовимірні жести є рухами на площині, коли маніпулюють безпосередньо курсором, вікном чи іншим об'єктом на екрані. Традиційно для маніпулювання у графічних інтерфейсах користувача використовується мишка, стилус, джойстик, трекбол чи інші засоби. Тут слід зауважити, що такі дії як перетягування та клік не вважаються жестами, доки користувач не виконає певний жест, який інтерпретуватиметься як команда. Тривимірні жести є результатом руху пальців, рук чи голови у тривимірному просторі.

Для створення систем інтерактивної взаємодії «людина-комп'ютер» важливі також класифікації, в яких враховано зв'язок між мовленням та жестами. Так, A. Kendon запропонував розташувати жести в порядку залежності від зв'язків мовлення/жест таким чином:

- жестикуляція (жести наголосу, жести-зв'язки);
- мовоподібні жести (іконічні/образотворчі жести);
- міміка, пантоміма (пантомімічні жести);
- дейктичні жести (вказівні);
- мова жестів (мова глухонімих).

Чим ближче до останньої групи (мова жестів), тим менше необхідність у супроводжувальному мовленні. Жести стають більше подібними до мови. Так, наприклад, мова глухонімих враховує більшість семантичних та синтаксичних особливостей мовлення, тому не потребує самого мовлення для її інтерпретації. Проте іконічні жести (образотворчі) важко зрозуміти без додаткової інформації.

Зупинимось докладніше на жестикуляції та міміці, представлених у класифікації. У взаємодії людини з комп'ютером жестикуляція, як найбільш природна форма жестів, застосовується у мультимодальних інтерфейсах, де мовлення та жести розглядаються як єдиний засіб комунікації. Оскільки всі люди при мовленні так чи інакше застосовують жестикуляцію, актуальним постає її врахування при створенні анімаційних героїв чи роботів, за посередництвом яких відбувається комунікація.

На думку В. Є. Тимофєєва, моделювання на комп'ютері саме мімічного апарату людини є найбільш візуально ефективним засобом удосконалення людино-машинного інтерфейсу. Мова міміки є досить складною та здатна передавати великі обсяги змістовно насиченої та різноманітної інформації. Тому одним із завдань лінгвістів, які займаються вивченням цього питання, є надання розробникам програмного продукту наукової бази для створення мімічного інтерфейсу, що може стати початком формування комп'ютерної моделі співрозмовника, яка інтегруватиметься у людино-машинний інтерфейс та включатиме як міміку, так і інші невербальні мовні засоби, а також мовлення [3]. Необхідно зауважити, що мімічний компонент у комунікації, напевно, вперше відобразився у створенні та широкому застосуванні «смайликів», що моделюють людські емоції, без яких деякі користувачі вже не можуть повноцінно сприймати певну інформацію. Тобто, моделювання мімічних систем почалося саме із створення графічних символів для позначення людських емоцій, які надалі систематизуються у бази даних, що використовуються для візуалізації міміки. Сучасні ж комп'ютерні програми вже пропонують нам спілкування не просто із зображенням людини на екрані, а з її «оживленим» варіантом, який рухає губами, бровами, головою, має певний вираз обличчя та здатен виражати різні емоції. Одним із найбільш перспективних напрямків досліджень у цій галузі стане трансформування міміки довільного людського обличчя, що вводиться в систему як графічний об'єкт безпосередньо в процесі її роботи. Актуальним є також застосування мімічної системи у навчальних програмах, а саме для оцінювання успішності, тобто такого моделювання функцій вчителя, без якого важко розраховувати на ефективність навчання.

Іноземні дослідники (W. Gao, C. Maggioni, N. Hataoka, K. Bohm та ін.), які вивчають мультимодальну взаємодію, що включає не лише жести та мовлення, але й вирази обличчя (міміку), створили систему, спроможну ідентифікувати кожен модальність окремо. З точки зору дослідників людської поведінки, недоліки такої системи полягають у тому, що при перевірці та зіставленні інформації, отриманої окремо з кожної модальності, виявляється, що такі види інформації дублюють одна одну. Доцільним є створення системи, в якій окремі модальності, виражаючи специфічні аспекти комунікації, не лише б підтверджували правильність інтерпретації інших, а й доповнювали б одна одну.

Розглядаючи кінетичний компонент невербальної комунікації людини з комп'ютером, важливо відзначити той факт, що людина має дві руки. Оскільки 90% людей є праворукими, то й більшість інтерфейсів користувача розробляються з урахуванням того, що майже всі дії виконуватимуться самою правою рукою. Проте дослідники у цій галузі (J. Napier, D. Kimura, W. Vuxton та ін.) наголошують, що хоча ліва півкуля головного мозку людини (що відповідає за діяльність правою рукою) є важливою при свідомому виборі рухів, палець лівої руки краще виконують ізольовані рухи, ніж пальці правої. У. Бакстон та Б. Майерс, в свою чергу, експериментально довели, що залучення обох рук при редагуванні тексту та одночасній навігації по документу сприяє значному покращенню продуктивності виконання завдання та зменшенню витраченого часу, при чому не лише у досвідчених користувачів, а й у новачків. Таким чином учені доводять, що необхідні навички моторики є природними для людини незалежно від міри її обізнаності з комп'ютерними інтерфейсами і з легкістю застосовуються нею в комунікації «людина-комп'ютер» [5, с. 409-412].

Кінетичний компонент комунікації також відіграє важливу роль у діалозі з комп'ютером користувачів із вадами зору, для яких вже було винайдено брайлевський дисплей та брайлевську клавіатуру. Проте в цьому випадку ефективнішою стає комбінація аудіальних та тактильних чинників. Для користувачів із вадами слуху нещодавно було сконструйовано спеціальну сенсорну рукавичку, яка здатна перекладати жестову мову у текст на дисплеї.

В ході досліджень було виявлено, що приблизно 95% користувачів надають перевагу мультимодальній взаємодії в роботі, наприклад, із інтерактивними картами, вільно використовуючи як мовленнєве введення, так і вказівки пальцем чи світлове перо. Застосування мультимодальних інтерфейсів сприяє збільшенню швидкості виконання візуально-просторових завдань на 10% [2, с. 311-312].

Найбільші функціональні можливості мають системи, які використовують мультимодальне подання інформації, тобто застосовують, паралельно або послідовно, кілька різних комунікаційних каналів (слуховий, зоровий, тактильний та ін.). Завдяки цьому мультимодальні системи дають змогу надзвичайно збільшити обсяг передавання інформації, що є головною їх перевагою. Мультимодальність спількування підвищує ефективність навчання завдяки притаманному людині механізмові паралельного опрацювання інформації, що надходить різними каналами. Потрібно проектувати систему таким чином, щоб всі сенсорні модальності доповнювали, а не дублювали і заважали одна одній, примушуючи переключати увагу і відволікати внутрішні ресурси людини від переробки інформації. Доцільно вважати мультимодальність необхідною умовою психологічної природності та комфортності спількування.

Розробка системних принципів створення комфортного та ефективного діалогу людини з комп'ютером передбачає вивчення основних компонентів системи «людина-комп'ютер», а саме психологічних, семіотичних, ергономічних та інших аспектів процесу комунікації. В статті ми проаналізували ефективність залучення та використання у сучасних комп'ютерних програмах жестів та міміки задля більш ефективної взаємодії людини з комп'ютером. Незважаючи на те, що окремі дослідники виводять на перший план різні невербальні чинники, аналіз їх застосування у людино-машинному спілкуванні показав, що важливістю того чи іншого компоненту для користувача є, по-перше, ситуативно-зумовленою, а по-друге, залежить як від особливих потреб користувача (наприклад, певних фізичних вад), так і від кінцевих цілей комунікації.

Зараз рішенням проблем ефективної взаємодії людини з комп'ютером у природній формі займаються спеціалісти різних наукових галузей. Інженери, математики, програмісти розробляють більш ергономічні програмні та апаратні засоби керування комп'ютерами. В свою чергу лінгвісти, фізіологи, психологи вивчають поведінку людини, а також механізми сприйняття, обробки інформації задля того, щоб зрозуміти специфіку процесів мислення. Отже, на нашу думку, на даний час виглядає найбільш перспективним міждисциплінарний підхід до вирішення проблем побудови ефективних та природних інтерфейсів.

#### Література:

1. Агеев В. Н. Семиотика. – М. : Весь Мир, 2002. – 256 с.
2. Ронжин А. Л., Карпов А. А. Многомодальные интерфейсы: основные принципы и когнитивные аспекты / А. Л. Ронжин, А. А. Карпов // Труды СПИИРАН. Вып. 3, т. 1. – СПб. : Наука, 2006. – С. 300-319.
3. Тимофеев Е. В. Моделирование мимической компоненты обучающих информационных систем, 2001. – [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.dissercat.com/content/modelirovanie-mimicheskoi-komponenty-obuchayushchikh-informatsionnykh-sistem>
4. Узилевский Г. Я. Основания, цели, задачи и потенциал эргономической семиотики. – [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://stra.teg.ru/library/strategics/7/10/0>
5. Buxton W. The Natural Language of Interaction: A Perspective on Non-Verbal Dialogues / B. Laurel (Ed.) // The Art of Human-Computer Interface Design, Reading, – MA : Addison-Wesley, 1990. – С. 405-416.
6. Mulder A. Hand Gestures for HCI, 1996. – [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://xspasm.com/x/sfu/vmi/HCI-gestures.htm#classify>
7. Quek F., McNeill D., Bryll B., Duncan S., Ma X., Kirbas C., McCullough K., Ansari R. Multimodal Human Discourse: Gesture and Speech, // ACM Transactions on Computer-Human Interaction, vol. 9, no. 3, 2002. – P. 171-193.

**Новікова Н. Г.,**

Запорізький національний технічний університет, м. Запоріжжя

## КОМУНІКАТИВНО-ПРАГМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ТУРИСТИЧНИХ РЕКЛАМНИХ ТЕКСТІВ

*У статті окреслено комунікативно-прагматичну ситуацію в сфері рекламування, що впливає на мовну організацію рекламного дискурсу. Проаналізована система формування сучасних туристичних рекламних текстів і вивчені основні характерні риси функціонування мовних одиниць і структур з огляду на можливість маніпуляції оцінною інформацією.*

**Ключові поняття:** рекламний текст, туристична реклама, цільова аудиторія, прагмалінгвістика тексту.

*В статті охарактеризована комунікативно-прагматична ситуація в сфері реклами, которая влияет на языковое оформление рекламного дискурса. Проанализирована система формирования современных туристических рекламных текстов и выявлены основные характерные особенности функционирования языковых единиц и структур, служащие для манипуляции оценочной информацией.*

**Ключевые слова:** рекламный текст, туристическая реклама, целевая аудитория, прагмалингвистика текста.

*The article analyses the communicative-pragmatic situation of advertisement which influences the language organization of the advertisement discourse. The system for forming contemporary tourist advertising texts has been characterized and main features of functioning language units and structures with regard to the manipulation of assessment information have been discovered.*

**Key words:** advertising text, tourist advertisement, target auditory, text pragmalinguistics.

На початку ХХІ сторіччя мовознавство розвивається в ракурсі функціоналізму, що базується на таких принципах лінгвістичних досліджень, як аксіологічність, прагматизм та дискурсивність. Теоретичним підґрунтям вивчення цих проблем стали праці вітчизняних (Ф. С. Бацевича, Г. Ю. Богданович, А. П. Загнітка, І. Р. Вихованця, Н. В. Гуйванок, Н. Л. Іваницької, Т. В. Радзівської, О. О. Селіванової, О. А. Семенюка, К. С. Серажим та ін.), російських (В. І. Карасика, М. Л. Макарова, Й. А. Стерніна та ін.) та зарубіжних лінгвістів (Т. ван Дейка, Д. Шиффрін та ін.). Текст почали розглядати як складний комунікативний механізм, що фіксує стратегічну програму адресанта, яку сприймає та інтерпретує адресат. Таким чином актуальності набуває комунікативно-прагматичне та структурно-семантичне дослідження дискурсу.

Актуальним є вивчення мови ЗМІ, зокрема рекламних текстів. У межах стилістичного підходу лінгвісти розглядали рекламу як функціональний різновид публіцистичного стилю мови, зокрема українські мовознавці аналізували стилістичні способи вираження заголовка (І. О. Анніна), пунктуаційні та інтонаційні особливості синтаксичних конструкцій (О. І. Зелінська, Н. Г. Іншакова та ін.). У працях російських дослідників проаналізовано роль різних видів синтаксичних конструкцій у створенні дієвого та експресивного рекламного тексту (К. Кафтанжєєв, М. М. Кохтев, Т. Н. Лівшиць, Д. Е. Розенталь), вивчено особливості рекламного слогана як особливого структурного елемента рекламного тексту (Н. Л. Коваленко).

У межах прагмалінгвістичного підходу визначено залежність мовної організації рекламних текстів від комунікативно-прагматичної мети, засоби реалізації в них текстових категорій, актуалізації структурних елементів. Проаналізовано прагматичну спрямованість одиниць лексичного, морфологічного та синтаксичного рівнів на матеріалі українських (Є. С. Коваленко, Л. М. Киричук, І. П. Мойсеєнко), російських (Т. В. Гулак, І. Імшинецької, О. В. Медведєвої, О. М. Назайкіна, О. С. Попова, В. В. Тулупова, В. В. Ученової, О. О. Феофанова), англійських (М. В. Гусар), іспанських (В. І. Охрімко, Н. Л. Волкогон) рекламних текстів.

Українські мовознавці вивчали рекламні тексти в психолінгвістичному аспекті. З'ясовано питання механізму мовного впливу в текстах сугестивної спрямованості (Г. П. Джинджолія, Т. Ю. Ковалевська, Н. В. Кутуза, Є. В. Ромат). Однак недостатньо вивченою залишається прагматична й структурно-семантична структура рекламних текстів, залежність прагматичної та формально-граматичної організації речень від комунікативної мети, стратегій і тактик адресанта реклами.

При сучасному зростанні ролі комунікативної ефективності газети, радіо, телебачення, їхнього максимального пристосування до реалізації конкретних потреб комунікації, що простежуємо в суспільстві, зростає роль лінгвістичних розвідок, спрямованих на вирішення проблем функціонування мови як інструмента переконання та спонування. Зазначене обумовлює **актуальність нашої роботи**, викликану необхідністю вивчення реклами в прагматичному аспекті з урахуванням її видової і жанрової різноманітності.

**Об'єкт лінгвістичного аналізу** – туристична реклама, яка відноситься до числа найпоширеніших і найвпливовіших видів рекламної діяльності. **Предмет дослідження** – мовні одиниці, які сприяють створенню прагматичного ефекту. **Мета** – на матеріалі туристичних рекламних текстів, що активно функціонують в різних засобах масової інформації, вивчити туристичну рекламу з точки зору її функціональних, жанрових і комунікативно-прагматичних особливостей.

Реклама є видом масової комунікації і створюється за особливими законами, характерними для масово-комунікативного процесу, що відбувається в масштабах суспільства, має семіотичний характер, є організованим, систематичним спілкуванням, яке здійснюється за допомогою різних каналів комунікації: преса, телебачення, радіо, Інтернет.

Із позицій функціонального підходу рекламний дискурс трактуємо як різновид інституційного, тобто як комунікативно-прагматичний зразок мовленнєвої поведінки, що реалізується у формі рекламного тексту, має різні форми вияву (усну, писемну, паралінгвальну), регулюється специфічними стратегіями і тактиками учасників ре-



кламного процесу [6]. Крім того, дискурс може якоюсь мірою зближуватися з поняттям «функціональний стиль» у його сучасному розумінні, в якому відображені не тільки мовні форми висловлень, але й емоційно-аксіологічна з інформація, характеристики комунікантів, комунікативні наміри і загальна соціокультурна ситуація.

Основна прагматична мета адресанта рекламного дискурсу – виокремлення об'єкта серед об'єктів-конкурентів та акцентування його привабливих для адресата якостей – виявляється у своєрідній текстовій організації [8]. Перш за все спробуємо визначити природу рекламного тексту. У статті К. Райс [7] «Класифікація текстів і методи перекладу» наводяться наступні класифікації: I – а) технічні тексти і тексти природничих наук, б) філософські, в) літературні; II – а) інформаційні, документальні та наукові, б) суспільно-політичні, в) художні; III – а) прагматичні, б) літературні (художні); IV – а) прагматичні, б) естетико-художні, в) лінгвістичні, г) етнографічні; V – а) релігійні, б) літературні, в) ділові, г) офіційні; VI – а) релігійні, б) художні, в) віршовані, г) дитяча література, д) драматургічні, е) тексти кінофільмів, ж) технічні. Сама Катаріна Райс пропонує свій поділ: а) тексти, орієнтовані на зміст (повідомлення преси, репортажі, комерційні тексти, офіційні документи, навчальна і спеціальна література, звіти, трактати, гуманітарні, природничі та технічні тексти і т. п.), б) тексти, орієнтовані на форму (художня проза, поезія, есе, життєпису і т. п.); в) тексти, орієнтовані на звернення (реклама, агітація, проповідь, пропаганда, полеміка і т. п.); г) аудіо-медіальні тексти (радіо-та телепередачі, сценічні твори, всі тексти, які супроводжуються позамовним оформленням, – музичним, декоративним і т. п.). Якої б класифікації ми не дотримувалися, одразу помітно, що рекламний текст містить риси декількох типів, адже у рекламному дискурсі цілісність текстів на прагматичному рівні формується завдяки реалізації двох комунікативних стратегій – інформування і впливу.

Загальна комунікативно-прагматична мета рекламних текстів, комунікативні стратегії і тактики рекламного дискурсу зумовлює їх своєрідну синтаксичну організацію. Вони становлять сукупність одиниць різних знакових систем: вербальної (текст, який може складатися з назви (заголовка) та особливих одиниць (надфразних єдностей), має певну цілеспрямованість і прагматичну настанову) та невербальної (зображення, відеоряд, аудіочастина тощо).

Об'єкт туристичної реклами має нематеріальний характер, що багато в чому визначає специфіку аргументативного впливу, система якого складається з характерних для даного виду реклами інтенцій, споживчих мотивів і прагматично заряджених мовних одиниць, призначених для реалізації цих мотивів [5].

Враховуючи той факт, що з рекламованим об'єктом адресат не може познайомитися до тих пір, поки не скористається рекламною пропозицією, копірайтери використовують насамперед доводи, які надають мові підвищеної емоційності. Використовуючи емоційно-експресивну лексику, автори текстів звертаються не стільки до свідомості, скільки до підсвідомості адресата, активізуючи природну потребу людини у відпочинку, зміні оточення і т. д. Судячи зі змісту туристичних рекламних текстів, майбутній відпочинок обіцяє бути незабутнім і розкішним, з чого випливає висновок про соціальну маркованість реклами туризму і відпочинку, розрахованої в першу чергу на досить заможних споживачів.

Часто рекламна пропозиція побудована за допомогою прийому контрасту – спокій і насолода, яку отримає споживач, скориставшись нею, протиставляється сірим будням і нескінченим турботам. Аналіз змісту характерних для даного виду реклами мотивів показав, що такі елементи смислової структури рекламного тексту, як відхід від дійсності з її вічними проблемами, оспівування зовнішньої краси об'єкту рекламування, концентрація уваги на відчутті задоволення, щастя і т. п., стають знаряддям маніпулювання цільовою аудиторією [1, с. 2]. Таким чином, саме навіювання як засіб впливу лежить в основі загальної комунікативної стратегії мови туристичної реклами, переважно зверненого до почуттів споживача.

Визначальною рисою прагматичної структури рекламного дискурсу є дотримання логіки викладу, відносна простота [3]. Комунікативно-прагматична мета інформативного типу – інформування про рекламований об'єкт. Саме тому вони мають найнижчу ілюкативну силу і формуються переважно з констативів та директивів. У рекламних текстах сугестивного та маніпулятивного типів основним завданням є інформування про рекламований об'єкт та прямий і прихований вплив на адресата, що значно урізноманітнює їхню прагматичну структуру.

У процесі аналізу основних вербальних засобів впливу нами встановлено, що адресату туристичної реклами наполегливо пропонується все найкраще, про що свідчить висока частотність вживання прикметників у простій або складеній формах найвищого ступеня порівняння. Звичайно, такі прикметники становлять ядро лексичної бази будь-якої реклами, але в туристичній рекламі вони звертають на себе особливу увагу, оскільки використовуються не тільки в багатьох заголовках, але і самих текстах, утворюючи кільцеві повтори [4].

Ключова лексика реклами несе велике прагматичне навантаження: з одного боку, вона психологічно розслабляє адресата, емоційно налаштовуючи його на прийняття пропозиції, а з іншого – стилістично забарвлені одиниці сприяють підвищенню самооцінки адресата, так як висока оцінка об'єкта рекламування автоматично переноситься на адресата.

Підвищення самооцінки адресата тісно пов'язане з мотивами престижу, винятковості, обраності, що часто відбувається внаслідок активного використання прецедентних імен (імена історичних діячів, політиків, письменників, музикантів, акторів, мандрівників), здатних вплинути на рішення цільової аудиторії. Типовою особливістю мови туристичної реклами є активне вживання прецедентних антропонімів, що виступають у ролі емоційних аргументів.

Лексичний склад туристичної реклами, включений у механізм впливу на цільову аудиторію, створюється не тільки за допомогою загальноновживаної ономастичної та номінальної, але й спеціальної лексики. Причому прагматичний потенціал спеціальних одиниць, серед яких зустрічаються терміни, теж є високим, бо більшість з них, будучи запозиченими словами, продовжують залишатися неологізмами, що привертають увагу в першу чергу тих споживачів, кому добре відомий зміст позначених ними понять.

Синтаксичні особливості мови туристичної реклами також відображають її характерні прагматичні установки. Прагнення зацікавити аудиторію реалізується за допомогою вживання різного роду питальних речень, завдяки чому рекламний дискурс набуває такої важливої для ефективної комунікації риси, як діалогічність. Ще однією особливістю синтаксису туристичної реклами є поєднання різних конструкцій, наприклад, активне вживання неповних речень, що притаманні розмовному стилю, разом з ускладненими реченнями, характерними для докладного опису.

У мові туристичної реклами опис насичений метафоричною лексикою, що виконує не лише функцію впливу, але й образотворчу, обумовлену стилістичними властивостями метафоричних одиниць. Широке використання метафор, метонімії, епітетів, гіпербол, порівнянь і перифраз слід вважати типовою особливістю реклами, що представляє туристичну індустрію.

**Висновки.** Реклама як вид масової комунікації має своєрідну структуру; чітко окреслену комунікативну роль і комунікативно-прагматичну мету – спонукати адресата до потрібної дії. Планом вираження рекламної комунікації є семіотично ускладнений продукт – рекламний текст. Цей експліцитний компонент дискурсу є полікодним знаковим посередником у спілкуванні між комунікантами. Туристичні рекламні тексти є видом комерційної реклами, за функціональним призначенням – змішаного престижно-споживацького типу; за способом подачі рекламної інформації рекламний текст може бути як усним, так і письмовим (підвиди – друкований та електронний); залежно від мети – найчастіше інформативний; за методом викладу рекламного матеріалу – описовий, називний (номінативний), статистичний; за характером змісту – аргументований та неаргументований; за формою подачі інформації – діалог та монолог; за охопленням території – міжнародний, національний, регіональний; за способом передачі оцінної інформації та характером емоційного впливу – емоційний (асоціативний).

**Перспективним напрямом** вбачається подальше дослідження усіх різновидів туристичних рекламних текстів з урахуванням екстралінгвістичних факторів, а також вивчення критеріїв ефективності текстів з огляду на форму та спосіб подачі інформації тощо.

#### **Література:**

1. Атакьян Г. С. Эмоциональная стратегия и приемы ее реализации в туристической рекламе / Г. С. Атакьян // Вестник Ленинградского государственного университета им. А. С. Пушкина. Сер. филология. – СПб., 2008. – № 5 (19). – С. 93-100.
2. Геращенко Л. Л. Манипуляции в современной рекламе / Л. Л. Геращенко. – М. : Диаграмма, 2006. – 192 с.
3. Кара-Мурза Е. С. Язык современной рекламы / Е. С. Кара-Мурза // Язык массовой и межличностной коммуникации. – М. : Медиамир, 2007. – 479 с.
4. Кириллов А. Т. Реклама в туризме / А. Т. Кириллов, Е. В. Маслова. – СПб. : Изд-во СПбГУ, 1998. – 142 с.
5. Ксензенко О. А. Прагматические особенности рекламных текстов / О. А. Ксензенко // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. – М. : Изд-во МГУ, 2003. – С. 334-353.
6. Лейчик В. М. Реклама как дискурс / В. М. Лейчик // Вопросы лингвистики, педагогики и методики преподавания иностранных языков. – Ижевск : Изд-во Удмурт. гос. ун-та, 2006. – С. 180-204.
7. Райс К. Классификация текстов и методы перевода / К. Райс // Вопросы теории перевода в зарубежной лингвистике. – М., 1978. – С. 202-228. (<http://www.lingvotech.com/klassifikatsiya>)
8. Устинов А. Ю. К вопросу о дефиниции рекламного текста / А. Ю. Устинов // Языковая система и речевая деятельность: лингвокультурологический и прагматический аспекты: материалы междунар. науч. конф. – Ростов н/Д, 2007. – Вып. II. – С. 171-175.

Новосадська О. Б.,

Чернівецький Національний Університет імені Ю. Федьковича, м. Чернівці

## ПОНЯТТЄВО-ОЦІННІ ОЗНАКИ КОНЦЕПТУ «ПРИВАТНІСТЬ» В АНГЛІЙСЬКИХ ПРИСЛІВ'ЯХ

*Стаття присвячена дослідженню концепту «приватність» в англійській мовній картині світу. Виділено паремії, що репрезентують ознаку «приватності» в англійській мові, здійснюється їх класифікація за ознаками порушення приватності.*

**Ключові слова:** концепт, парамеологічна одиниця, поняттєва ознака.

*В статье исследуется концепт «приватность» в английской языковой картине мира. Выделены паремии, которые представляют признак «приватности» в английском языке, производится их классификация согласно признакам нарушения приватности.*

**Ключевые слова:** концепт, парамеологическая единица, понятийный признак.

*The article deals with the analysis of the concept «privacy» in English lingual picture of the world. The main paremiological units, which represent the indication of «privacy» are distinguished and classified according to the factors of privacy disturbance.*

**Key words:** concept, paremiological unit, notional feature.

У центрі уваги сучасної лінгвістики знаходяться проблеми, пов'язані з відображенням національної культури та історії у мовах. Роль мови в накопиченні культурних здобутків є очевидною і значною. Вона, як одна з основних ознак нації, виражає культуру народу, який говорить цією мовою, створює національну культуру. За допомогою мовних засобів формуються концепти часу, простору, різноманітних об'єктів та явищ, моделюються способи організації всесвіту. Мова відображає дійсність і створює картину світу, специфічну й унікальну для кожного народу, етнічної групи, мовного колективу, що використовує її як засіб спілкування. Важливим історико-лексичним пластом кожної мови являється фольклор, у тому числі прислів'я та приказки.

**Актуальність нашого дослідження** обумовлена безперечною зацікавленістю до вивчення концептів, які набувають чітко виражених оцінок в приказках та прислів'ях.

Англійські прислів'я та приказки втілюють багатство мови і культури, оскільки в них відбивається менталітет народу, його побут, звичаї та традиції. Вони відображають філософські та психологічні поняття: сутність людського буття, думки людей про світ, любов, життя, зраду та ін. Це ніби моральні правила, якими слід користуватися в повсякденному житті; вони містять рекомендації чи застереження, схвалення чи осуд, адже увібрали в себе досвід багатьох поколінь. **Об'єктом** вивчення є культурний концепт «приватність», що відображений в пареміях. **Завдання** нашої розвідки полягає у виявленні й аналізі поняттєво-ціннісних ознак англійського культурного концепту «приватність», що включають англійські прислів'я. **Матеріалом дослідження слугують** паремійні одиниці з відображенням «приватності» в англійській мові.

Методом суцільної вибірки з фразеологічних словників та словників прислів'їв різного типу було виокремлено 63 парамеологічні одиниці, які містять ознаку «приватності».

Тематично у відібраних одиницях ознака «приватності» репрезентована багатопланово та уточнюється в низці напрямів. Як показують підрахунки, ознака приватності «втручання в сторонні справи» домінує у відібраних прислів'ях. З 11 паремій вісім відносяться до розмовних формул, які використовуються як маркери попередження можливих та подальших порушень приватності. При цьому вони відрізняються своєю конотацією: «*Hands off!*», «*That's the limit!*», «*Mind your own business!*», «*Keep off the grass!*» можуть бути охарактеризовані, як грубі, і часто асоціюються з крайнім ступенем роздратування.

Дві одиниці, які містять вище згадану ознаку, виражають норми приватності англійського суспільства:

«*Live and let live*» – Do not interfere with other people's business and preferences (проголошує право людей на приватність). За значенням до неї близьке наступне прислів'я: «*Judge not and you won't be judged*».

«*Good fences make good neighbours*» – It's easier to be friendly with your neighbour if neither of you trespasses upon the other's property or privacy. Дане прислів'я в більш широкому сенсі стосується не тільки сусідів, але й в цілому людей.

Паремія «*Every fool will be meddling*» має біблійну етимологію і перекладається як «Дурні полюбляють у все втручатись». Прислів'я набуває характерної оцінки – втручання в сторонні справи зіставляється з дурістю. Більш виразно ознака «втручання» проявляється в паремії «*Put not your hand between the bark and the tree*» (не ставай між чоловіком та жінкою), тобто засуджується втручання в сторонні сімейні справи.

Результат аналізу прислів'їв засвідчив наявність у них поняттєво-оцінної ознаки приватності «взаємовідносин між людьми, дружби». Тут, на наш погляд, ми маємо справу з асоціативним вираженням цієї ознаки. При цьому негативно оцінюються наступні показники:

1) налагодження занадто тісних взаємовідносин ототожнюється із захопленням особистого простору; оцінка виражається за рахунок експлікації негативної емотивності – презирство: «*Familiarity breeds contempt*» (*Familiarity begets contempt*);

2) нетривале знайомство асоціюється з недовірою по відношенню до малознайомих людей. Український еквівалент більш точно виражає цю ідею: «Не кожний стрічний друг – сердечний»: «*Short acquaintance brings repentance*»;

3) друзі забирають багато часу і в такий спосіб можуть порушувати право людини на приватність: «*Friends are thieves of time*». Негативна оцінка виражається за рахунок метафори «друзі – крадії часу». Схожі асоціації може

викликати і прислів'я: «*God defend me from my friends, from my enemies I can defend myself*» («Позбав мене, боже, від друзів, а від ворогів я сам позбавлюсь»).

Позитивну оцінку отримує ідея дотримання права на приватність, як важлива характеристика дружби: «*A hedge between keeps friends green*» – *Your friendship will flourish if you and your friend respect each other's privacy*. Поняттєва ознака «приватності» експлікується в тлумаченні, а позитивна оцінка формується завдяки конотації дієслова «*flourish*».

Цікавими, на наш погляд, є три прислів'я, які описують грошові відносини між друзями. Цей аспект взаємовідносин дуже важливий для американської культури. Всі три прислів'я містять в собі ідею несумісності дружби та тривалих відношень:

«*Neither a borrower nor a lender be*» – *It is difficult to be friends with somebody who owes you money or who you owe money to;*

«*Short reckonings make long friends*» – *If you borrow something from a friend, pay it back as soon as possible, so that you can remain friendly;*

«*Lend your money and lose your friend*» – *You should not lend money to friends.*

Досить яскраве вираження в прислів'ях отримує ознака приватності «розповсюдження і отримання інформації». З точки зору оцінних характеристик засуджуються такі види поведінки:

1) зводити наклеп на інших людей, пліткувати про інших:

«*A talebearer is worse than a thief*» (порівняння наклепника з крадієм).

«*Believe nothing of what you hear, and only half of what you see*» (співвідноситься з концептом брехні).

«*The tongue is not steel but it cuts*» (наклеп порівнюється з фізичними стражданнями).

«*Give a dog a bad name and hang it*» (порівняння з концептом смерті).

2) проявляти надмірну допитливість:

«*Curiosity killed the cat*» (порівняння з концептом смерті).

«*Ask no questions and you will hear no lies (and I will tell you no lies)*» («зпівставлення з концептом брехні).

«*Eavesdroppers never hear any good of themselves*» (натяк – не треба підслуховувати).

«*Fields have eyes and woods have ears; Walls have ears*» (порівняння з концептом наглядю).

Разом з цим позитивно оцінюється допитливість у відношенні до відомих людей: «*A cat can look at a king*» – *Everyone has the right to be curious about important people*. Допитливість також описується як природня якість дітей і не отримує негативної оцінки: «*Little pitchers have long ears*».

В групі прислів'їв з поняттєво-оцінною ознакою «розповсюдження інформації» окремо виділяється ознака «розповсюдження інформації про себе». Три відібрані паремійні одиниці відрізняються негативною конотацією при різному ступені метафоризації, при цьому дві паремії мають форму конкретних приписів: «*Never tell tales out of school*» та «*You should not wash dirty linen in public*». Третя одиниця – «*It is an ill bird that fouls its nest*» – також негативно оцінюється розповсюдження людиною приватної інформації про саму себе.

Група паремій, пов'язаних з ознакою «особистої території» представлена чотирма одиницями, в значеннях яких є такі характеристики:

1) позитивно оцінюється недоторканність житла і в більш широкому сенсі особистої території людини: «*A man's home is his castle*»;

2) негативно оцінюються (концепт «гості»):

а) тривалі візити («*Visitors and fish stink after three days*»);

б) постійні візити («*A constant guest is never welcome*»);

в) візити без попередження («*A surprise guest brings unrest*»).

До менш детально представлених груп відносяться паремії, в яких «приватність» конкретизується наступними поняттєво-оцінними ознаками:

1) «Секретність». Негативно оцінюється прагнення заволодіти секретною інформацією: «*Let the sleeping dogs lie*»; прагнення втрутитись у приватні взаємовідносини між двома людьми: «*Two is a company, three is a crowd*»;

2) «Свобода». Негативно оцінюється залежність, підпорядкування: «*No man likes his fetters, be they made of gold*» (порівняння концептів свободи та замкнутості);

3) «Ввічливість». Позитивно оцінюється такт та ввічливість: «*An ounce of discretion is worth a pound of wit*»; «*Civility costs nothing*» (порівняння концептів ввічливості та мудрості);

4) «Марносластво». Негативно оцінюється пихата та гордовита манера поведінки: «*Pride goes before a fall*».

**Висновки.** Розглянутий у даній статті пласт паремійного фонду англійської мови дозволив зробити наступні висновки про вираження поняттєво-оцінних ознак концепту «приватність» прислів'ях. Проведений аналіз на основі інформації взятої зі спеціальних лінгвокультурологічних, довідкових, лексикографічних джерел, сучасних двомовних тлумачних словників показав, що найчастотніше «приватність» репрезентована в групах парамеологічних одиниць, які втілюють поняттєво-оцінні ознаки «втручання в сторонні справи», «взаємовідносини між людьми», «розповсюдження інформації», «свобода», «секретність», «ввічливість», «марнотратство».

**Перспективним** є дослідження концепту «приватність» з погляду його польової структури, виявлення його ядерної і периферійної частин.

#### Література:

1. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / Владимир Ильич Карасик. – М. : Гнозис, 2004. – 389 с.
2. Попова З. Д. Когнитивная лингвистика / З. Д. Попова, И. А. Стернин. – М. : АСТ, Восток-Запад, 2007. – 315 с.
3. The Concise Oxford Dictionary of Proverbs. – 3rd ed. / Ed. by J. A. Simson. – Oxford Clarendon Press, 1982. – 265 p.

**Одарчук Н. А., Одарчук О. С.,**  
ВНУ імені Лесі Українки, м. Луцьк  
**Мірончук Т. А.,**  
КНУ імені Т. Г. Шевченка, м. Київ

## КОМУНІКАТИВНІ СТРАТЕГІЇ РЕДАКТОРА ПРЕЗЕНТАЦІЙ MS POWERPOINT 2010 КРИЗЬ ПРИЗМУ ПРАГМАТИКИ

*У статті досліджується вербальна дискурсивна комунікація користувача та програми MS PowerPoint. Виокремлюються комунікативні стратегії й тактики та умови їхньої реалізації через комплекс актомовленневих засобів, враховуючи Принцип Кооперації.*

**Ключові слова:** комунікативний та комунікабельний потенціал, програмне забезпечення, редактор презентацій, комунікативні стратегії й тактики, вербальні засоби, мовленнєвий акт, комунікативна інтенція.

*В статье исследуется вербальная дискурсивная коммуникация пользователя и программы MS PowerPoint. Выделяются коммуникативные стратегии и тактики, а также условия их успешной реализации через комплекс акторечевых средств, учитывая Принцип Кооперации.*

**Ключевые слова:** коммуникативный и коммуникабельный потенциал, программное обеспечение, редактор презентаций, коммуникативные стратегии и тактики, вербальные средства, речевой акт, коммуникативная интенция.

*The given article investigates verbal discourse communication of user and programme MS PowerPoint. The communicative strategies and tactics are singled out as well as the conditions for their successful realization through the complex of speech acts taking into account the Cooperative Principle.*

**Key words:** communicative and communicable potential, software, presentation processor, communicative strategies and tactics, verbal means, speech act, communicative intention.

**Постановка наукової проблеми та її значення.** На сучасному етапі розвитку інформаційних технологій дискурс програмного забезпечення відкриває новий вимір у комунікативній лінгвістиці. Якщо раніше комп'ютерні програми характеризувалися переважно функціональними властивостями, бо взаємодія людини й комп'ютера була прерогативою програмістів, то нині визначну роль відіграє дружній інтерфейс, адже комп'ютерні технології увійшли в повсякдення широкого кола користувачів. Інтерес до даної проблеми зумовлений також комунікативною зорієнтованістю сучасної лінгвістики. Оскільки в даному випадку програма бере на себе роль активного учасника комунікації, то її комунікативний потенціал можна досліджувати за допомогою комплексу мовних та позамовних засобів, які забезпечують реалізацію комунікативних стратегій і тактик інтерактивних та створюють імітацію когнітивної діяльності віртуального співрозмовника.

З огляду на це **актуальним** є дослідження комунікативного потенціалу програмного забезпечення, що включає певні моделі спілкування, інтенції та стратегії мовленнєвих дій, умови їхньої успішної реалізації, а теоретична база для їхнього опису досягається завдяки прагматичному підходу до аналізу комунікації. **Об'єктом** дослідження є імітація мовленнєвої діяльності, здійсненої в межах графічного інтерфейсу редактора презентацій MS PowerPoint 2010. **Мета** статті – виокремити комунікативні стратегії і тактики програми MS PowerPoint та дослідити умови їх успішності реалізації.

**Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів.** Питання стратегій і тактик комунікації завжди привертало увагу лінгвістів, котрі аналізували це явище як з психолінгвістичного так і з соціолінгвістичного боку, а також і з огляду на поліпшення ефективності спілкування, зокрема в рамках теорії мовленнєвого пристосування [6, с. 7]. Останнім часом, з переорієнтацією лінгвістики в інтердисциплінарне русло, ця проблема стала назрілою і в дослідженні дискурсу програмного забезпечення [2].

В межах прагмалінгвістичного підходу стратегія визначається як деяка послідовність мовленнєвих дій, організованих залежно від мети взаємодії; як оптимальна реалізація інтенцій мовця щодо досягнення конкретної мети спілкування, тобто контроль і вибір дієвих ходів спілкування та гнучкої їх видозміни в конкретній ситуації. Т. ван Дейк характеризує комунікативну стратегію як «властивість когнітивних планів», які становлять загальну організацію певної послідовності дій з установленою метою взаємодії [4, с. 272].

В дискурсі програмного забезпечення (ПЗ) комунікативну стратегію розглядають як вагомий складник загальної макстратегії керування дискурсом [2, с. 155]. Вона дає змогу інтегрувати основні характеристики дискурсу ПЗ у середовище комп'ютерної системи, проводити моніторинг розгортання дискурсу й уникати комунікативних провалів [2, с. 156]. Комунікативні стратегії реалізуються в мовленнєвих тактиках, під якими розуміємо мовленнєві прийоми, що дозволяють досягти поставлених цілей в конкретній ситуації.

Серед виділених стратегій дискурсу ПЗ [2] виокремимо ті стратегічні прийоми, які забезпечують роботу редактора презентацій MS Power Point 2010 і загалом дають можливість керувати процесом дискурсивної взаємодії користувача й комп'ютерної системи.

### 1. Стратегія залучення користувача до взаємодії.

Ця стратегія реалізується висловлюваннями на першому заголовному слайді: *Click to add title; Click to add subtitle; Click to add notes*. Дієслово *Click* виступає ключовим засобом реалізації, тому що з'являється відразу в інтерфейсі програми при її відкритті. В межах даної стратегії виділяємо тактики присутності/ залучення адресата, переконання та заохочення. Така варіативність активних ролей користувача й програмного забезпечення демонструє комунікативний та комунікабельний потенціал редактора презентацій.

## 2. Стратегія спонукання користувача до дії.

Як і попередня, стратегія спонукання користувача до дії спрямована передусім на діяльнісний аспект комунікації, проте, на відміну від залучення, де машина є ініціатором взаємодії, спонукання передбачає варіативність ролей користувача й комп'ютера як ініціатора й об'єкта комунікації. У цій стратегії превалюють імперативні мовленнєві акти. Наприклад, у закладинці *File* зазначені такі функції як *Save, Save as, Open, Close, Print*. Вони пропонують користувачеві певний перелік дій, таким чином прогнозуючи його діяльність. Стратегія спонукання передбачає виконання тактик ефекту усного мовлення та заохочення ініціативи.

## 3. Стратегія планування поведінки користувача.

Реалізація цієї стратегії забезпечується використанням синонімічних конструкцій у заголовках та поясненням до них (*Apply to all – set the transitions between all slides in the presentation to be like the transition you have set up for a current slide*), використанням однорідних додатків (*Insert ready-made shapes, such as rectangles and circles, arrows, lines, flowchart symbols, and callouts*), використанням обставин способу дії (*Translate words or paragraphs into a different language by using bilingual dictionaries or machine translation*), що передбачає досягнення певної комунікативної мети: моделювання процесу інструктування та можливих стратегій поведінки, розширення комунікативного потенціалу висловлювання. В межах цієї стратегії виділяємо тактики прямого коментаря/ доповнення, експлікації причинно-наслідкових зв'язків, інструктажу.

## 4. Стратегія наставництва.

Цією стратегією встановлюються дружні стосунки між користувачем та програмою як повноправними суб'єктами комунікації. У даному випадку MS Power Point 2010 забезпечує моніторинг успішності взаємодії, вчасно надає компетентну вербалізовану інформацію та подає пояснення за допомогою малюнків та піктограм. Для даної стратегії характерними є тактики вказівки/ поради користувачеві та створення ефекту синхронності комунікації.

## 5. Стратегія апелювання до особи.

Вона реалізується постійним вживанням звертань, цілеспрямованою орієнтацією на діалогічне мовлення з користувачем, що забезпечує імітацію звичного для людини комунікативного середовища: *Compare and combine another presentation with your current presentation*. Важливим у цій стратегії є не лише вживання особових займенників, а й питальних речень, що виражають безпосереднє апелювання до користувача: *Do you want to save the changes you made to Presentation 1?* Цій стратегії притаманні тактики прямого звертання та створення ефекту усного мовлення.

## 6. Стратегія моделювання віртуального співрозмовника.

Power Point виступає у ролі не функціонально детермінованого, а абстрактного комуніканта. Проявом цієї стратегії є коментування дій програми із вживанням відповідних часових форм та синтаксичною різноманітністю, де суб'єкт Power Point виступає у функції підмета: *Power Point is opening pptx*. Це забезпечується тактикою солідарності адресата з адресантом і тактикою саморепрезентації.

Наступним нашим завданням є виявлення умов успішної реалізації вищезазначених комунікативних стратегій. Мовне спілкування певною мірою організоване, впорядковане, і навіть за звичайних, неформальних обставин учасники спілкування свідомо чи на інтуїтивному рівні дотримуються тих чи інших правил ведення розмови. Саме в тому, як протікає спілкування, як дотримуються або ж не дотримуються конвенційні приписи, виявляються ключі до інтерпретації смислів висловлювань, особливо не виражених буквально. Г. П. Грайсом постулюється Принцип Кооперації, який організовує спілкування та використовується учасниками діалогу. У ньому поєднуються постулати (або максими) як своєрідні приписи чи рекомендації для мовців [3].

Принцип Кооперації по суті підводить діяліснну основу під аналіз прагматичних значень і разом з тим задає когнітивну орієнтацію аналізу діяльності спілкування. Незважаючи на те, що комунікація людини з програмою MS PowerPoint не є живим спілкуванням, все ж дотримання Принципу кооперації забезпечує успішну реалізацію комунікативних стратегій.

Серед максимумів Принципу Кооперації виділяються:

**Максима кількості**, яка передбачає, що висловлювання повинно містити не менше інформації, але й не більше, ніж потрібно для конкретних цілей діалогу. Можна спостерігати, як програма забезпечує виконання цієї максими: назви закладинок, функцій та команд – досить стислі, проте сприяють розумінню: **File, Home, Insert, Font, Paragraph, Drawing, Shapes, SmartArt, Chart**. Наводячи курсором на функцію, тим самим задаючи непряме питання чи прохання пояснити, ми бачимо детальніший опис даної команди: **Insert decorative text in your document**. Іноді подається додаткова інформація, але лише та, яка стосується теми: **Insert a picture of any program that is not minimized to the taskbar. Click Screen Clipping to insert a picture of any part of the screen. Press F1 for more help**. Приклад цього наведений на рис. 1.



Рис. 1. Пояснення функції вставлення знімку в документ

Виконання цієї максими забезпечує *стратегію наставництва та планування поведінки користувача*.

*Максима якості* забороняє говорити неправду чи інформацію, щодо якої немає підстав. Як було досліджено, всі функції даної програми виконуються без помилок, відповідають їхньому детальному опису в довідці: *You can also apply colors from your document's theme colors to your SmartArt graphic, and the color variations automatically match the colors that are used in your slide or document. If you change the document theme, your SmartArt graphic will also reflect the new theme colors*. Виконуючи цю максиму, PowerPoint реалізує стратегію наставництва та моделювання віртуального співрозмовника. Якщо ми бачимо повідомлення: *Power Point is saving D:\Doc's\MS PowerPoint 2010 pptx*, то у нас немає сумнівів, що презентація дійсно збережена.

*Максима релевантності* наказує не відхилятися від теми, внесок співрозмовника повинен бути доречним. Яскраво виражена вона в тому, що, наприклад, способи написання літер: **Bold, Italic, Underline, Text Shadow** містяться в меню **Font** закладки **Home**, а об'єкти вставки: **Picture, Clip Art, Screenshot, Photo Album** – в меню **Images** закладки **Insert** (рис. 2).

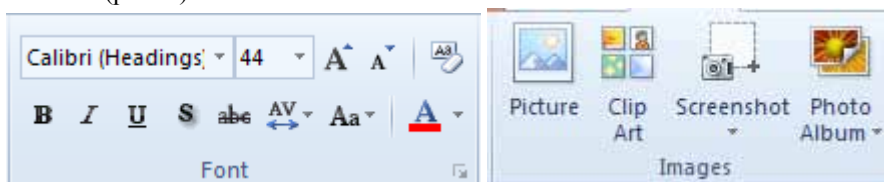


Рис. 2. Наявність чіткості й доречності розміщення функцій у рубриках

Крім того, максима використовується і в довідці, адже є конкретні рубрики та відповіді на те, що стосується цих рубрик:

**Obtain a digital certificate to create a digital signature**

*This article describes how to obtain a digital certificate to create a digital signature, and why you have to have a digital signature (or digital ID) to digitally sign your documents. To work with digital signatures in a Microsoft Word 2010 document, Excel 2010 spreadsheet, or PowerPoint 2010 presentation, click the following link.*

Дотримання даної максими сприяє забезпеченню усіх вищезазначених комунікативних стратегій редактора презентацій.

*Максима способу* полягає в ясності висловлювання своїх думок, послідовності й організованості, тобто в униканні незрозумілих пояснень чи неоднозначності. Максима реалізується в чіткому логічному розташуванні закладінок, меню та команд (рис. 3), а також пояснень до них в інтерфейсі програми й у довідці, та забезпечує стратегію планування поведінки користувача, спонукання його до дії.

- Home
- Clipboard
- Slides
- Font
- Paragraph
- Drawing
- Editing

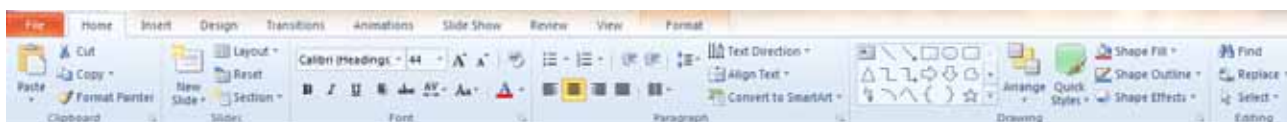


Рис. 3. Реалізація максими способу в закладці Home

Прослідкуємо, якими мовленнєвими актами представлений інтерфейс редактора презентацій MS PowerPoint 2010, що ними реалізуються його комунікативні стратегії і тим самим забезпечується ефективна взаємодія користувача з програмою. Взявши за основу таксономію Дж. Серля [5], ми спостерігаємо репрезентативи, директиви, комісиви та декларативи в комплексі мовленнєвих актів, використаних у програмі.

Найяскравіше представлені серед них директиви, що визначають загальний стиль взаємодії в спілкуванні комп'ютер – людина. Мета цих мовленнєвих актів – не лише досягнення з боку мовця (програми PowerPoint) того, щоб користувач щось виконував, а й залучення його до взаємодії, спонукання до дії, апелювання до нього та планування його поведінки. Реалізацію цього можна проілюструвати на прикладі першого знайомства з інтерфейсом програми при її відкритті: *Click to add...*; *Click to personalize...*; *Click to preview....* Стратегію планування поведінки користувача бачимо на прикладах наступних директивів: *Insert Clip Art into the document, including drawings, movies, sounds, or stock photography to illustrate the specific concept. Ensure the integrity of the document by adding an invisible digital signature*. Досить часто зустрічаються директиви в довідці MS PowerPoint, вони планують поведінку користувача завдяки опису алгоритму дій:

*Try the following:*

*If the bottom of the Help Viewer says **Offline**, click **Offline**, and then click **Show content from Office.com***

*Click **Refresh** on the toolbar*

*Click **Back** on the toolbar, and then click the link to the page again*

Директиви також переважають серед функцій в закладинці File: *Save, Save as, Open, Close, Print, Save & Send*, реалізуючи водночас дві стратегії: спонування до дії та планування поведінки. Окрім того, вони присутні у більшості пояснень до функцій, які з'являються у спливаючих вікнах при наведенні курсора на дану функцію: *Show the Animation Pane to create custom animations*. Директиви сприяють динаміці розгортання взаємодії користувача й програми, що визначає її комунікабельний потенціал.

Репрезентативи використовуються здебільшого у довідці MS PowerPoint, а також в поясненнях до деяких функцій. Вони зобов'язують мовця нести відповідальність за істинність висловлювання [1, с. 172]. *This view allows you to protect the full-screen slide show to one monitor while viewing a special «speaker view» on another monitor that includes timings and speaker notes*. У довідці вони здебільшого служать для введення нової інформації: *Animation is a great way to focus on important points, to control the flow of information, and to increase viewer interest in your presentation*. Окрім того, вони можуть передбачати і планувати поведінку користувача: *When you open a blank presentation in PowerPoint, the default layout called Title Slide (shown below) appears, but there are other standard layouts that you can apply and use*. Передбачивши можливі дії людини, програма за допомогою репрезентативів відразу попереджує про відсутність певних умов для їх виконання: *Using ALT+Click is not supported in Microsoft Office PowerPoint* та надає альтернативні способи розв'язання проблеми.

Комісиви представлені в інтерфейсі програми за допомогою непрямого вираження обіцянки, яка може ілюструватися вживанням модального дієслова: *The amount of time you spend on each slide is recorded and you can save those timings to run the show automatically in the future*. Також активно використовується майбутній час, який позначає беззаперечне виконання програмою сказаних дій, в конкретному випадку – це збереження версій: *As with earlier versions of Office, enabling AutoRecover in Word 2010, Excel 2010 or PowerPoint 2010 will save versions while you are working in your file at the interval you select*. Якщо майбутній час вживається із заперечною часткою *not*, то програма таким чином обіцяє уникнення певної ситуації: *Hide the current slide from the presentation. It will not be shown during the full-screen slide show*. Комісиви, як і репрезентативи, реалізують стратегію наставництва, в якій програма допомагає, дає поради, контролює і коментує поведінку користувача та забезпечує дружні стосунки.

Декларативи встановлюють відповідність між пропозиційним змістом висловлювання та реальністю [1, с. 173]. Проявом цього є коментування дій програми із вживанням відповідних часових форм та синтаксичною різноманітністю, де суб'єкт Power Point виступає у функції підмета: *Power Point is saving D:\Doc's\MS PowerPoint 2010 pptx*.

Висновки й перспективи подальших досліджень. Застосування вищезазначених комунікативних стратегій для генерування дискурсу між користувачем та програмою засвідчує їх важливість у забезпеченні потреб людини в епоху новітніх технологій. Успішна реалізація цих стратегій прямо пропорційно залежить від дотримання максимуму Принципу Кооперації, який вважається універсальним і може застосовуватися для всіх типів мовленнєвої взаємодії. Багатовекторні ситуативні моделі й мовленнєві акти, зокрема, директиви, репрезентативи, комісиви й декларативи доносять до користувача вербалізовані знання. Перспективним вважаємо дослідження реалізації комунікативних стратегій невербальними засобами.

#### Література:

1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики / Бацевич Ф. С. – К. : Видавничий центр «Академія», 2004. – 344 с. – (Підручник).
2. Біскуп І. П. Англomовний дискурс програмного забезпечення як модель мовленнєвої взаємодії людини і комп'ютера: монографія / Біскуп І. П. – Луцьк : Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2009. – 388 с.
3. Грайс Г. П. Логика и речевое общение / Г. П. Грайс // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 16: Лингвист. прагматика. – М. : Прогресс, 1985. – С. 217-237.
4. Дейк ван Т. А. Язык. Познание. Коммуникация / Дейк ван Т. А. – М. : Прогресс, 1989. – 310 с.
5. Серль Дж. Классификация иллокутивных актов / Серль Дж. Р. – М., 1986. – С. 170-194. – (Новое в зарубежной лингвистике; вып. 17: Теория речевых актов).
6. Тарасова Е. В. Синергетические тенденции в современной лингвистике / Тарасова Е. В. – Харків, 2000. – С. 3-9. – (Вісник Харківського національного університету; № 500).
7. Rost M. Helping learners develop communication strategies. – Online. – 1996. <http://www.langue.hyper.chubu.ac.jp/jalt/pub/tlt/96/dec/comstrat.html>



Останчук Я. В.,

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, м. Івано-Франківськ

## НОМИНАТИВНЕ ТА ПОНЯТІЙНЕ ПОЛЕ КОНЦЕПТУ IMAGINATION

*Стаття присвячена проблемі реконструкції концепту IMAGINATION як фрагменту мовної картини світу. На матеріалі англомовних лексикографічних джерел та вибірки з творів англійської та американської літератури досліджено основні когнітивні ознаки, що формують концепт, та проаналізовано особливості його вербальної реалізації.*

**Ключові слова:** мовна картина світу, концепт, концептуальна картина світу, концептуальний аналіз, методи концептуального аналізу, концепт IMAGINATION, номінативне поле, когнітивні ознаки.

*Статья посвящена проблеме реконструкции концепта IMAGINATION как элемента языковой картины мира. На материале англоязычных источников и выборки из произведений английской литературы исследованы основные когнитивные признаки, формирующие концепт, и проанализированы особенности его вербальной реализации.*

**Ключевые слова:** языковая картина мира, концепт, концептуальная картина мира, концептуальный анализ, методы концептуального анализа, концепт IMAGINATION, номинативное поле, когнитивные признаки.

*The article is devoted to the problem of reconstruction of the concept IMAGINATION as a component of worldview. On the material of anglophone lexicographical sources and set of examples from English and American literature the main cognitive characteristics which form the concept are investigated, the peculiarities of its verbal representation are analyzed.*

**Key words:** worldview, concept, conceptual worldview, conceptual analysis, methods of conceptual analysis, concept IMAGINATION, nominative field, cognitive characteristics.

Характерною рисою сучасних лінгвістичних досліджень є спроба реконструкції духовного універсу людей різноманітних культурно-історичних спільнот. Виявлення і аналіз найважливіших універсальних категорій, що визначають категорії людської свідомості, неможливі без вивчення мовної картини світу, в якій відображений образ світу певного етносу. Мовну картину світу визначають як спосіб відбиття реальності у свідомості людини, що полягає у сприйнятті цієї реальності через призму мовних та національних особливостей, притаманних певному мовному колективу, інтерпретацію навколишнього світу за національними структурно-концептуальними канонами [7: 156]. Властивий мові спосіб концептуалізації дійсності є універсальним, з іншого боку – національно специфічний, таким чином, носії різних мов сприймають світ крізь призму своїх мов, що дає змогу стверджувати, що мовна картина світу втілює в собі зафіксований у мовних формах спосіб світосприйняття і світобачення певного народу.

Одним із шляхів реконструкції мовної картини світу є аналіз концептів як «оперативних змістових одиниць пам'яті, ментального лексикона, концептуальної системи і мови мозку (lingua mentalis), усієї картини світу, відображеної в людській психіці» [3, с. 90], тобто концепт це своєрідна одиниця мисленнєвої діяльності, так званий квант структурованого знання. Взаємозв'язок концептуальної та мовної картини світу вмотивований схожістю їхніх внутрішніх структур: концептуальна картина світу може бути організована у вигляді ідеальних когнітивних моделей, а мовна – у вигляді тезаурусу, окремі блоки якого схожі з семантичними, асоціативними та тематичними полями.

Засобами вербалізації концепту на мовному рівні можуть виступати лексичні, фразеологічні, паремійні одиниці чи дискурс, і, відповідно, концептуальний аналіз полягає у фіксації та інтерпретації смислу цих одиниць. Метою концептуального аналізу є моделювання концепту та встановлення його зв'язків з іншими концептами, що здійснюється шляхом не лише опису смислів кожного окремого слова, але й визначенням специфіки цілого концептуального поля і логічних відношень між його компонентами [1, с. 184].

До апробованих у сучасній лінгвістиці методів концептуального аналізу належить аналіз семантичного простору слова-імені концепту, який репрезентує, вербалізує та об'єктивує концепт і полягає у аналізі реалізації слова та його функціонування на різних рівнях мови: дослідженні словникових дефініцій, з'ясуванні етимології, дослідженні семантичної структури та можливості її розширення в текстах різної стилізованої та жанрової приналежності, виявленні словотвірних потенцій слова, вивченні входження слова до фразеологічних одиниць, аналізі синтагматичних зв'язків, тобто сполучуваності з іншими словами у реченні.

Концептуальний аналіз співвідноситься з семантичним аналізом, оскільки «полягає у фіксації та тлумаченні найбільш частотних семантичних сполучень, що містять інформацію, релевантну для семантичного опису імен» [6, с. 3]. З іншого боку, як зауважує В. І. Кононенко, аналіз концептів на семантичному рівні суттєво відрізняється від власне семантичного. Семантичний підхід передбачає встановлення набору значень слова в його відношеннях з іншими словами, тоді як мета когнітивного підходу – виділення смислу, що включає часом досить широкі знання. Концептуальний аналіз полягає й у вивченні когнітивних категорій – предикатності, означуваності, процесуальності, тобто врахуванні субстантивних, ад'єктивних і дієслівних позначень у їх взаємодії [2, с. 114].

**Метою** пропонованої розвідки є аналіз вербальної реалізації концепту *IMAGINATION* на матеріалі англомовних лексикографічних джерел та вибірки з творів англійської та американської літератури, що дасть змогу простежити сукупність значень мовних засобів, що номінують концепт, та виявити основні когнітивні ознаки, що його формують. **Об'єктом** дослідження є мовні одиниці для позначення концепту *IMAGINATION*. **Предметом** – є здатність вилучених одиниць вербалізувати концептуальні ознаки зазначеного концепту.

Концепт *IMAGINATION* належить до універсальних категорій людства, оскільки він представлений якщо не у всіх, то у більшості культур та мов світу. Однак аналіз мовних засобів вираження концепту у певній мові дає

змогу простежити закономірності структуралізації концепту, експлікувати його смислове наповнення, визначити ступінь вербалізації; вивчити множинність і різноманітність засобів реалізації концепту, відкриває перспективи окреслення закономірностей національно-мовного вираження та кваліфікації його частотності та регулярності.

Основними етапами дослідження концепту є побудова номінативного поля, аналіз та опис семантики мовних засобів, що входять в номінативне поле концепту, когнітивна інтерпретація результатів опису семантики мовних засобів – виявлення когнітивних ознак, що формують досліджуваний концепт як ментальну одиницю. Номінативне поле концепту визначаємо як сукупність мовних засобів, які об'єктивують концепт, що має комплексний характер, беручи до уваги, що концепт вербалізується в мові різнорівневими засобами – лексичними та фразеологічними одиницями, структурними та позиційними схемами речень, текстами та сукупностями текстів.

В номінативне поле концепту входять його номінації – ключове слово та його синоніми, його побудова здійснюється на основі використання різноманітних лексикографічних джерел: тезаурусних, синонімічних, тлумачних, етимологічних, фразеологічних словників. Компонентний та дескриптивний аналіз словникових дефініцій є важливим етапом вивчення структури концепту, оскільки лексична система, репрезентована у словниках, є відображенням специфіки мовної картини світу.

Концепт **IMAGINATION** є актуальним та комунікативно релевантним концептом англomовної концептосфери і представлений чисельним номінативним полем та об'ємною когнітивною структурою.

Аналіз словникових дефініцій субстантиву *imagination* в англomовних тлумачних словниках дав змогу виділити основні мотивуючі ознаки, що відображають сам механізм формування та подальшого розвитку концепту: «здатність створювати ментальні образи», «ментальний образ у свідомості людини створений уявою», «процес творення образів», які можна віднести до образних, категорійних та понятійних ознак концепту.

	OALD	CED	MED	AHD	WNWCD
the faculty of imagining; the ability to create mental images	+	+	+	+	+
the action or process of forming mental images	–	+	–	+	+
the product of imagining: a conception or mental creation	+	+	–	+	+

Здатність уявляти у людей розвинена різною мірою, багата уява вважається здебільшого перевагою: *All one needs is imagination (BNC); ... but it must have been a remarkably ingenious and lively imagination» (Dickens); Series of interlinking metaphors of chaos and inhumanity are generated to maintain this dramatic mode and ensure that the agenda for control remains firmly with the system, and already I have used such metaphorical terms as 'animals' and 'enemies' to indicate some of the ways in which those in power make use of the rich imagination contained in everyday language (BNC)*, в той час як погано розвинена уява трактується як недолік: *A total lack of musical skill combined with a total lack of imagination is a terrible thing to have to sit and listen to (BNC)*. Разом з тим, нездатність людини адекватно сприймати реальність, втеча у світ фантазій навряд чи може сприйматись позитивно: *Lost in the world of imagination, I forgot my sad, lonely existence for a while, and was happy (BNC)*.

Уява може характеризуватись згідно критерію «велика» / «невелика» (*large imagination, small imagination*): *Talked about this yesterday some, and it is coming up a third time, for me, the large imagination is a blessing (BNC); ... and all that the small imagination of a number of persons (Preskett); «вузька» / «широка» (narrow imagination; wide imagination): ...narrowness of imagination and intellect (Eliot); ...And in her wide imagination stood Palmshaded temples... (Keats)*.

Прикметники, що описують уяву, демонструють наскільки сформована ця здатність у людини. З лексемою *imagination* сполучаються прикметники *vivid/creative/fertile/great/overactive*, що характеризують ступінь реалістичності сформованого у людини образу і вказують на хорошу чи погану роботу фантазії: *Course Moira always has had a vivid imagination, you have to take what she says with a pinch of salt (BNC); His paintings show great imagination (BNC); In dealing with the relationship between words and music the author unflinchingly reveals both great experience and great imagination (BNC)*.

Когнітивна ознака «уявляти що-небудь» реалізується дієсловами *conceive/ visualize/ present/ represent imagination: imagination (...performance that my imagination can conceive (Stevenson); ...imagination represented to him a crowd of persons... (Dickens)*.

Ментальні образи мають різноманітний характер і природу. Перш за все вони різною мірою пов'язані з дійсністю. З одного боку людина за допомогою уяви творить образи реальних, об'єктивно існуючих об'єктів та ситуацій сприйнятих безпосередньо: *He could picture her in her office – a small, cramped room on the rue Marbeuf, usually crowded with a dozen young men (Shaw); She imagined him in his racing days driving at incredible speed towards some treacherous bend with just that same ice-cold look of control on his face (BNC); I could imagine her tramping through the rooms, perhaps paying six pence for admission (Maurier)*. Уява в таких випадках тісно пов'язана з пам'яттю, хоча створені уявою образи є лише частковим віддзеркаленням попереднього досвіду і містять елемент передбачення, яке виявляється або істинним (*Just as she had imagined that concerned endearment after the fight on the riverbank (BNC)*) або хибним (*He looked taller than I had imagined him: it was said that the platforms on which he stood always had an elevated section in the middle to raise him up; Better than I ever imagined (BNC)*).

Ментальний образ, створений уявою людини, існує в її концептуальному світі, втілюючи її мрії, бажання та страхи. Наприклад у реченні *He imagined being shot in the water and it closing over his head, filling his mouth and lungs, the last moments of life choked out of him* суб'єкт чітко уявляє картину власної смерті.

Невідповідність створеного образу і реально існуючого стану справ реалізується в конструкціях *only in smb's mind, in smb's imagination*: *In his imagination he beheld the pair of lovers along some dark road.... This vision made him feel keenly his own poverty of purse and spirit* (Joyce); *She could see in Mary's eyes a gleam that meant she was calculating, not what she might owe to Alice, but what she was accumulating, of course only in imagination, for the purchase of their flat, or house* (BNC).

Образи, якими оперує людина, не обмежуються відтворенням безпосередньо сприйнятого. Перед людиною в образах може стати й те, чого вона безпосередньо не сприймала, і те, чого взагалі не було, і навіть те, чого в такій саме конкретній формі в дійсності й бути не може, таким чином, не всякий процес, що протікає в образах, може бути зрозумілий як процес відтворення. Якщо відтворення є основною характеристикою пам'яті, то перетворення стає основною характеристикою уяви.

Однією з найважливіших ознак концепту є ознака «конструювання»/ «процес творення нових образів», яке актуалізується в реченнях дієсловом *imagine*, що виступає світопороджувальним предикатом, оскільки він номінує створення різноманітних образів, моделі можливого світу, так званої особистої модальності. (Семантична теорія «можливих світів» передбачає, що істинність чи хибність пропозиції може реалізуватись не тільки в реальному світі, але і у всіх можливих, співвіднесених з дійсністю, тобто в модальних контекстах). Можливі світи відображають можливий стан справ або напрямок розвитку подій, що є сумісними з настановою певної особи. Дієслово *imagine* сполучається з непрямыми питаннями з *what/ how/ where*: ... *it was the best kit car and this was at the national show so you imagine how good this thing was*; ... *as far as I can gather, I don't know, I'd imagine where a line has a minimum period of three months rental* (BNC).

Концепту IMAGINATION притаманна ознака «контроль», що виявляється в метафоричному використанні дієслів *to use one's imagination* (використовувати уяву): *It is certainly an approach which encourages the lawyer to use imagination in the solution of the problem* (BNC); *You needed to use imagination to see through it to the ground below* (BNC); *to fire smb's imagination* (підштовхнути когось скористатись уявою): *Commercial speculation rather than the law fired his imagination* (BNC) і висловах на зразок: *let your imagination run wild/ riot*.

Результати здійсненої розвідки засвідчили, що концепт *IMAGINATION* є відкритою системою, складові якої не тільки взаємодіють між собою, а й доповнюють одна одну, утворюючи цілісне поле концепту. Зміст концепту включає в себе все, що людина знає про цей феномен, її емоції, асоціації різного характеру. Мовні засоби являють собою механізм за допомогою якого стає можливою часткова експлікація смислу та процесів його витлумачення в свідомості.

#### Література:

1. Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека: [монография] / Н. Д. Арутюнова. – 2-е изд., испр. – М.: Языки русской культуры, 1999. – 896 с.
2. Кононенко В. І. Концептологія в лінгвістичному аспекті / В. І. Кононенко // Мовознавство. – 2006. – № 2-3. – С. 111-117.
3. Краткий словарь когнитивных терминов / [под. общ. ред. Е. С. Кубряковой]. – М.: МГУ, 2006. – 245 с.
4. Левицкий В. В. Статистическое изучение лексической семантики: [монография] / В. В. Левицкий. – К.: УМК ВО, 1989. – 155 с.
5. Мартинюк А. П. Когнітивно-дискурсивний напрям дослідження концептів у сучасній лінгвістиці / А. П. Мартинюк // Проблеми романо-германської філології: зб. наук. праць. – Ужгород, 2006. – С. 92-107.
6. Рахилина Е. В. Основные идеи когнитивной семантики / Е. Н. Рахилина // Современная американская лингвистика: фундаментальные направления. – 2-е изд., исп. и доп. – М., 2002. – С. 370-389.
7. Штерн І. Б. Вибрані топіки та лексикон сучасної лінгвістики: [енциклопедичний словник] / І. Б. Штерн. – К.: «АртЕк», 1998. – 336 с.
8. AHD – American Heritage Dictionary. [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://www.ahdictionary.com/>.
9. BNC – British National Corpus. Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://www.natcorp.ox.ac.uk/>.
10. MED – Macmillan English Dictionary. [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://www.macmillandictionary.com/>.
11. OALD – Oxford Advanced Learner's Dictionary. [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://oald8.oxfordlearnersdictionaries.com/>.
12. WNWCD – Webster's New World College Dictionary. Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://www.yourdictionary.com/about/websters-new-world-college-dictionary.html>.
13. CED – Collins English Dictionary. [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://www.collinsdictionary.com/dictionary/english>.

**Піскозуб З. Ф.,**  
Львівський національний університет ім. І. Франка  
**Потьомкіна І. Ф.,**  
Національний лісотехнічний університет України

## ДО ПИТАННЯ НОМІНАЛІЗАЦІЇ ІНФІНІТИВУ У ФРАНЦУЗЬКІЙ МОВІ

У статті розглядається питання субстантивованого інфінітиву та його функціонування у сучасній французькій мові. Ідея статті полягає у намаганні автора дослідити процес «реанімації» зазначеного виду деривації, показати, що це номінальна конструкція, рівень абстракції якої може змінюватися. З цією метою досліджено морфологічні та функціональні особливості субстантивованих інфінітивів.

**Ключові слова:** номіналізований інфінітив, засіб лексичного творення, рівень абстракції.

В статье рассматривается вопрос субстантивированного инфинитива и его функционирования в современном французском языке. Идея статьи состоит в попытке автора исследовать процесс «реанимации» указанного вида деривации, показать, что это номинальная конструкция, уровень абстракции которой может меняться. С этой целью исследованы морфологические и функциональные особенности субстантивированных инфинитивов.

**Ключевые слова:** номинализированный инфинитив, средство лексического создания, уровень абстракции.

The question of substantive infinitive and its functioning in modern French is discussed in this paper. The idea of the paper is to examine the «reanimation» process of this type of derivation, show that this is the nominal design, abstraction level of which may vary. For this purpose there have been researched morphological and functional features of substantive infinitives.

**Keywords:** substantive infinitive, means of lexical creation, level of abstraction.

У 1549 році Дю Белле (Du Bellay) у своїй праці «Défense et illustration de la langue française» [1] поряд з іншими способами збагачення французької мови пропонував номіналізацію інфінітиву. Якщо деякі думки Дю Белле, викладені у його «Défense...» мали позитивний вплив на словник, то субстантивізація інфінітиву ніколи не могла вкоренитися у французькій мові як засіб лексичного творення. Проте, пропонуючи такі терміни як *l'aller, le chanter, le mourir* [1, II, 9], Дю Белле намагався вже в першій половині XVI ст. не придумати, а, радше, «реанімувати» такий спосіб творення іменників, який функціонував не лише у грецькій і латинській мовах, а й у старофранцузькій. Зрозуміло, що такі іменники як *baiser, manger, vivre* вже існували у XVI ст., але вони вже втратили, більшою чи меншою мірою, свою якість іменника дії, щоб зазнати процесу конкретизації, йдучи від самої дії до об'єкта, аж до результату цієї дії: абстрактний (*savoir, pouvoir*) чи конкретний (*avoir, baiser*). Отже, сам факт існування складених іменників *blanc-manger*, (XIII ст.) і *garde-manger*, (XIV ст.) підтверджує, що *le manger* означало вже те, що їдять. Іменник *le baiser* датований ще XII століттям, позначав фізичний контакт, а не сам факт цілування, *le rire* (XIII ст.) означав фізичну реакцію і навіть звуковий ефект, *le vivre* (їжа), датується також XII ст.

Цей процес конкретизації продовжувався також і після діяльності Пляєди і наперекір їй. От, наприклад, у «Le Savetier et le financier» Лафонтен пише:

Et le financier se plaignait  
Que les soins de la Providence  
N'eussent pas au marché fait vendre le dormir  
Comme le manger et le boire. [4]

*Le dormir* у цьому випадку, очевидно, є синонімом до *sommeil* (сон) і є дещо «зматеріалізованим», так само як і *le manger et le boire* означають *aliments et boissons* (їжа і пиття), тобто речі, що продаються і купляються.

Гревіс (Grevisse) у своєму творі «Bon usage» [5] надає перелік (невичерпний, очевидно) інфінітивів, вжитих номінально. Їх є небагато і серед них є декілька, які ще зберігають свій початковий смисл потенційної дії і які поступово прямують до її результату чи до предмету дії: *le déjeuner, le diner, le souper, le goûter* позначають сам процес прийому їжі, або саму їжу.

*Le lever, le coucher* (йдеться про захід сонця або про відхід короля до сну) позначають, відповідно, явище або церемонію.

Зауважимо, все ж, що ці терміни у своїй більшості залишаються абстрактними іменниками з різним ступенем конкретизації: *le devoir* є обов'язок, але може позначати також реальний об'єкт – письмова робота школяра; *le penser*, у філософії позначає інтелектуальну здатність, проте, в літературі став синонімом іменника *la pensée* (думка). *Le repentir* теж коливається між двома різними ступенями абстракції, оскільки цей іменник означає сам факт каяття і почуття, які воно породжує.

Нам видається цікавим виокремити у списку дієслів Гревіса (*avoir, baiser, boire, ...dire, être, faire, ...manger, marcher, paraître, pouvoir, ...souvenir, vivre, vouloir...*) [5] декілька субстантивованих інфінітивів, які у філософському словнику максимально зберегли свою вербальну вагу. Йдеться про дієслова *devenir* (що не фігурує у списку Гревіса), *être* (як сам факт існування), *paraître* і *vouloir* (смисл якого є двояким: факт бажання і здатність бажання).

Дослідження показують, що таке відродження вживання інфінітиву як іменника мало місце у філософській мові протягом XIX і першої половини XX століть. У 1843 році Dictionnaire des sciences philosophiques Франка (A. Franck) [2] розглядає дієслово *être* як факт існування, декларуючи водночас його «несинонімічність» до слова *l'existence* (існування):

Qu'est-ce que *l'existence*, sinon le mode le plus général et le plus essentiel de *l'être*, ce par quoi il (*l'être*) se distingue de ce qui n'est pas...

У словнику філософії *l'être* взаємодіє, з одного боку, з *le non-être*, з іншого, з *le paraître* або *le devenir*. Безперечно, виходячи за межі філософської мови, і переходячи у розмовну, номіналізований інфінітив отримує дещо інше трактування: *le paraître* перекладалося б як *illusion*, *le devenir* як *le développement*. Чи *l'évolution*. Але, на наш погляд, саме тут криється межа між двома лінгвістичними системами, оскільки *l'être* не є синонімом до *l'existence*, як і *le paraître* не є синонімом до *illusion*, чи *le devenir* не є *l'évolution*. На відміну від іменників дії чи якості, яким сама приналежність до категорії імен надає певну реальність, філософські інфінітиви представляють спільний можливий віртуальний деномінатор, що не містить реальності.

Дуже рідко, у XIX столітті ці терміни виходили за межі філософії, фігуруючи в літературі і виражаючи філософські теми:

*Nous etions occupés du vivre et du mourir vulgaires.* [7]

*Nous autres pauvres comédiens, à défaut de l'être, nous avons le paraître.* [7]

Видається, що саме з початком XX ст. вживання субстантивованого інфінітиву, обмеженого до цього часу філософією, перетнуло межі цієї науки, щоб укоренитися у словниках сусідніх галузей, таких як психологія, соціологія, психоаналіз та ін.

Саме впродовж другої половини XX ст. номіналізація інфінітиву поступово стає справжнім засобом лексичного творення: не лише наукове мовлення запозичує вже існуючі інфінітиви-іменники і інтенсифікує їх вживання, а й інші науки, як от лінгвістика, зокрема, семіотика і літературна критика, які розширюють ареал субстантивації інфінітиву, виходячи за межі філософії. Отже, нам видається можливим стверджувати, що ми є присутні при «реанімації» цього засобу творення іменників. Нові дієслова, що додаються до вже існуючих і мають найчастіше філософське вживання, свідчать, можливо, про те, що бажання Дю Белле стосовно номіналізації інфінітиву справді є на шляху відродження.

Опрацювання проблеми субстантивованого інфінітиву наштовхнуло нас на вирішення чисто лінгвістичних питань, як от: яким чином визначити іменник на базі інфінітиву? Якими є його морфологічні особливості та особливості вживання?

Номіналізація інфінітиву презентує собою спосіб творення іменників, що виражають можливість дії, концепт якої передається дієсловом. Ця категорія абстрактних іменників різниться від іменників дії, утворених з допомогою деривації (прогресивної чи регресивної), вищим ступенем абстракції, що спричинюється дієслівним навантаженням інфінітиву.

Зауважимо, морфологічний перехід інфінітиву створює іменники незмінно чоловічого роду. До того ж, на відміну від деяких традиційних інфінітивів-іменників (*vivres, dires, affaires, pourboires, pensers, parlens, etc...*), новостворені, зазвичай, не мають форми множини.

Номіналізований інфінітив супроводжується детермінантом, в основному, означеним артиклем. Проте, може супроводжуватися також: неозначеним артиклем: ... *le monde a un devenir, une histoire ou chaque état sort de l'état antérieur par un développement organique...* [9]; присвійним прикметником: *Ce qui est dit par l'énoncé à propos de son dire, c'est qu'il est le lieu ou s'expriment divers sujets...* [3]; і навіть, партитивним артиклем: *Quand je vois un objet, j'éprouve toujours qu'il y a de l'être au-delà de ce que je vois actuellement, non seulement de l'être visible, mais encore de l'être tangible ou saisissable par l'ouïe...* [9].

На відміну від італійського субстантивованого інфінітиву, який «співпрацює» водночас з іменником і дієсловом, приймаючи, з одного боку, детермінант, а, з іншого, зберігаючи свої вербальні додатки [6], французький інфінітив має тенденцію до повного вкорінення в клас іменників і модифікується лише розширенням номінальної синтагми: прикметник/епітет, прикладка, додаток і відносне речення: *un perpetuel devenir* а не *un devenir perpetuellement*.

І, нарешті, на наш погляд, найпомітнішим фактом стосовно субстантивованого інфінітиву є те, що часто він презентується разом із стилістичною підтримкою, яка його визначає морфологічно і проявляє семантично. Таким чином, дві номіналізовані вербальні форми *le dire* і *le dit* у Дюкро стоять поруч. Вживання першої – *le dire* – видається нам цікавим, оскільки воно відвертає вже існуючий іменник від свого традиційного смислу. *Le dire/les dires* означають, «те, що є сказаним» – смисл, який згідно Дюкро несе в собі другий термін – *le dit*. *Le dit* стає тут синонімом до *énoncé*. Смисл висловлювання (*l'énoncé*) (*le dit*) не лише містить натяки на історичну подію, встановлену появою висловлювання, але й є нічим іншим як коментарем до *dire* [3]. На противагу, *le dire* трактується то як *apparition de l'énoncé* (поява висловлювання), то як *création de l'énoncé* (творення висловлювання), вирази, які підкреслюють віртуальність, можливість, але які, здається, відмовляються від іменника *l'énonciation*, оскільки *l'énonciation* і *l'énoncé* є насправді заміною для *le dire* і *le dit*.

Вживання інфінітиву в бінарній конструкції з *participe passé* штовхає інфінітив до більшої абстракції і водночас тяжіє до надання більшої конкретності другому члену зазначеної конструкції. Такий тип розташування поряд обох членів є можливим за двох умов. По-перше, щоб задіяні дієслова були перехідними, і по-друге, не належали до першої групи відмінювання дієслів. Зрозуміло, що *l'énoncer* і *l'énoncé* та *l'exprimer* і *l'exprimé* не можуть функціонувати через очевидні фонетичні та стилістичні причини, тоді як добре сприймаються *le faire* і *le fait*, *le parfaire* і *le parfait* або *l'accomplir* і *l'accompli*. У випадку неперехідних дієслів, *participe passé* може бути заміненим іншою номіналізованою вербальною формою як, наприклад, *l'être* або *l'étant*.

Але найчастіше другий член бінарної конструкції служить для посилення двозначності, особливо там, де субстантивовані інфінітиви піддаються численним семантичним інтерпретаціям. Наприклад, *l'être: exister* чи *créature*.

*L'être* і *le néant* не піднімають цієї двозначності, оскільки поруч з дієсловом знаходиться іменник: потрібно спочатку прочитати відому книгу Сартра «Буття і ніщо» («*L'être et le néant*»), щоб зрозуміти, що перший член означає «існувати» (*exister*), а не «те, що існує» (*ce qui existe*). Саме тому, у філософському словнику антонімом до *l'être* є *le néant*, який, будучи теж субстантивованим інфінітивом, імпліцитно ідентифікує першого члена. Така ж ситуація і з парами *l'être/ le paraître*, *l'être/le devenir*, *le dire/le vouloir dire*, *le dire/le nommer*.

Зазначимо, що в деяких випадках вживання інфінітиву видається нам чудовим і навіть бажаним скороченням. Наприклад: *Le devenir* du climat terrestre se trouve au centre d'un débat sans précédent. У даному випадку *le devenir* замінює *l'évolution future*, вміщуючи в себе водночас зміни, тривалість, майбутнє. На противагу, у реченні «Maupassant s'intéresse au devenir de l'enfant illegitime [8] *le devenir* може бути заміненим іменниками *destin*, *sort*, чи навіть *avenir*. *Le pouvoir-faire* і *le non-pouvoir-faire* чітко позначають здатність чи нездатність діяти, так само, як *le vouloir* замінює часто *la volonté*. У багатьох випадках субстантивовані інфінітиви відсуває існуючий і на перший погляд достатній іменник дії чи якості.

Отже, можна стверджувати, що в сучасній французькій мові спостерігається тенденція до вибору на користь субстантивованого інфінітиву та рух філософських термінів до наукової мови, що, своєю чергою, спонукає до утворення нових абстрактних іменників на базі інфінітиву навіть у випадках, де вже існують іменники дії. Слід зазначити, що цей тип іменників відкидається деякими авторами як неоригінальний і/або як такий, що прямує до конкретного.

### Література:

1. Du Bellay. La Deffence, et illustration de la langue françoise, éd. Jean-Charles Monferran, Genève, Droz, 2001.
2. Dictionnaire des sciences philosophiques par une Société de professeurs et de savants, sous la direction de M. Ad. Franck, de l'Institut, 1885.
3. Ducrot O. Le Dire et le Dit, Minuit, 1980.
4. La Fontaine J. De Contes et nouvelles en vers. – Paris : de l'imp. de P. Didot l'ainé, 1800.
5. Grevisse M. Le Bon Usage. – 13 ed. Paris : Duculot, 1980.
6. Jonasson K. L'infinifit substantivé en italien. Une construction nominale d'action à différents degrés d'abstraction. // Actes du colloque de Dunkerque (15 – 18 septembre 1992) «Les noms abstraits». – Villeneuve d'Ascq: Presse Universitaire du Septentrion. – 1996. – PP. 381-394.
7. Robert P. Dictionnaire alphabétique et analogique de la langue française. Le petit Robert. – P. : Le Robert, 1992.
8. Schapira Ch. La nominalisation de l'infinifit où l'abstraction au deuxième degré // Actes du colloque de Dunkerque (15 – 18 septembre 1992) «Les noms abstraits». – Villeneuve d'Ascq: Presse Universitaire du Septentrion. – 1996. – PP. 395-402.
9. Le trésor de la langue française informatisé. <http://atilf.atilf.fr/>

Плисак Д. В.,

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, м. Івано-Франківськ

## АСОЦІАТИВНИЙ ПОТЕНЦІАЛ АНГЛІЙСЬКИХ МЕДИЧНИХ ТЕРМІНІВ У ХУДОЖНЬОМУ ДИСКУРСІ: ЛІНГВОКОГНІТИВНИЙ ВИМІР

У статті аналізується вплив особливостей асоціативного мислення і процесів розвитку мови на когнітивно-метафоричне вираження англійських медичних термінів у художньому дискурсі.

**Ключові слова:** когнітивна метафора, англійський медичний термін, система загальноприйнятих асоціацій.

В статье анализируется влияние особенностей ассоциативного мышления и процессов развития языка на когнитивно-метафорическое выражение английских медицинских терминов в художественном дискурсе.

**Ключевые слова:** когнитивная метафора, английский медицинский термин, система общепринятых ассоциаций.

In the article the author analyses the influence of the *associative* thinking and the processes of the language development on the cognitive-metaphoric representation of the English medical terms in the literary discourse.

**Key words:** cognitive-metaphor, English medical term, the system of associated commonplaces.

У межах сучасної когнітивної лінгвістики питання концептуальної метафори залишається найбільш досліджуваним і водночас перспективним. Проблема метафоризації концептів займалися такі вчені, як Н. Д. Арутюнова, О. П. Воробйова, Д. Девідсон, М. Джонсон, О. С. Кубрякова, Дж. Лакофф, Е. МакКормак та ін. Теорія когнітивної метафори розглядає метафору як когнітивний феномен – один із основних способів опрацювання інформації і отримання нових знань. Когнітивною називають метафору, яка є засобом формування нових понять [7, с. 6]. Вона дозволяє осмислити абстрактне в термінах конкретного, вербалізувати непередметні поняття через предметні, формувати нові смисли, відштовхуючись від вже існуючих, переборюючи тим самим епістемологічний проміжок між старим і радикально новим знанням [3; 6; 5; 4; 9]. Розширення контексту використання терміна метафора на пряму можна пов'язати з появою антропоцентричної парадигми в науці про мову. На думку С. В. Лебедевої, між людиною і світом стоїть мова, що призводить до появи різного виду подібностей як продукту схожості і відмінності як аналога живому досвіду [2, с. 26]. Спостереження за різноманітними видами дискурсу свідчать про наявність живих образів, зміст яких дуже точно передається когнітивною метафорою. О. С. Зубкова зазначає, що у цьому випадку ми спостерігаємо такий парадокс, коли здавалось би термін (слово з класичної мови), так зване мертве слово, набуває нових відтінків за допомогою когнітивних метафор, які використовуються для позначення образу, який у свідомості носія мови є живим [2, с. 29].

Такий аспект функціонування термінів ставить питання когнітивно-метафоричного вираження термінів, зокрема медичних, у художньому дискурсі, його зв'язку із особливостями когнітивного мислення і процесами розвитку мови.

Отже, **метою** статті є аналіз впливу особливостей асоціативного мислення і процесів розвитку мови на когнітивно-метафоричне вираження англійських медичних термінів у художньому дискурсі.

Для досягнення мети нами поставлено такі **завдання**: 1. розглянути концепти-кореляти, референтами яких у художньому дискурсі є англійські терміни на позначення медичних професій; 2. визначити причини їх появи у художньому дискурсі і характер зв'язку із системою загальноприйнятих асоціацій та індивідуальними асоціаціями автора; 3. простежити характер взаємозв'язку між системою загальноприйнятих асоціацій, синонімією і додатковими нетермінологічними значеннями англійських медичних термінів та когнітивними метафорами, що використовуються для вираження цих термінів у художньому дискурсі.

**Новизна дослідження** полягає у тому, що такий аспект взаємодії вищезазначених явищ раніше не піддавався ґрунтовному аналізу.

У художніх творах «The Final Diagnosis», «Strong Medicine» by Arthur Haily, «Love Medicine» by Louise Eldrich, «The Surgeon's Perfect Match» by Alison Roberts, «Doctor in Love» by Richard Gordon нами виділено наступні концепти-кореляти на позначення медичних термінів, що утворюють діапазон метафори для домена MEDICAL PROFESSIONS: *judge, witness, warrior, commander, captain, fighter, guard, emperor, actor, stagehands, maestro, showman, bit player, politician, vagrant, butcher, criminal, drunkard, killer, hunter, exploiter, exhibitionist, wind, boss man, god, bird, gull, snail, relative, nonliving-being, mafioso, customer, machine, ghost, Wimbledon Champion, Frenchchef, national economic loss, quarry, detective* etc.

У художньому творі вони створюють образи персонажів, характеризуючи їх як частину певного, описаного у романі, колективу, представника медичної сфери професійної діяльності загалом і як особистість. Усі концепти-кореляти мають логічне підґрунтя і можуть переходити із однієї групи в іншу відповідно до задуму автора. Використання різнопланових концептів-корелятив створює певну асиметрію образу медика, яка за словами М. Тернера створюється з метою змусити читача зосередитися на певних аспектах їх характеристик і спробувати зрозуміти причини, які призвели до такої асиметрії [10]. Зокрема лікар в межах одного роману може характеризуватися як *god, fighter, addict, criminal, killer*. Це у свою чергу робить його образ цікавим і різностороннім.

Крім того, ці концепти-кореляти можуть бути індивідуально-авторськими і конвенційними, характерними для певної мовної спільноти чи мовної картини загалом, що відображає логічну тенденційність асоціативного сприйняття і характеризує персонажа, надаючи йому ознак притаманних широкому загалу медичних працівників. Індивідуально-авторські когнітивні метафори використовуються для характеристики конкретного героя і зберігають вплив на асоціативне сприйняття читачем цього персонажа-медика в межах конкретного роману.

Тільки у випадку вдалого логічного підбору когнітивної метафори, вона може перейти у розряд конвенційних, оскільки відповідає новому явищу у характеристиці працівників медичної сфери загалом. Межа між індивідуально-авторськими і конвенційними метафорами є розмитою, оскільки вони здатні змінювати свій статус в процесі використання, переходячи за класифікацією Дж. Лакоффа і М. Джонсона, з розряду нових у розряд конвенційних [7, с. 139; 8, с. 66].

Спробуємо проаналізувати ймовірні причини появи окремих конвенційних когнітивних метафор, які використовуються у художньому дискурсі. Використання концептуального корелята *god*, який має онтологічний характер, відображає донауковий період розвитку медицини, коли вірили, що боги могли карати захворюваннями і лікувати їх. Він був зумовлений нерозумінням медицини в міру неосвіченості і прагненням задобрити лікаря як бога, який би позбавив від захворювання («*Only other thing to remember is to treat the docs like gods. They expect that*» [14, с. 68]). Автор у свою чергу використовує даний концепт-корелят з метою іронічного підкреслення переоцінки власного статусу представниками медицини.

Концепт-корелят *actor* загалом часто використовується для асоціативно-філософського відображення найрізноманітніших сфер життя і у відношенні до медицини здається має таке ж загальне філософське відношення («*Pearson paused again. What a superb actor the old man is, Seddons thought*». [13, с. 40]). Проте сприйняття спеодягу як сценічних костюмів, характерна, визначена, майже рольова, схематична поведінка лікарів під час проведення діагностики, процедур тощо, знайшли відображення у синонімії медичних термінів. Зокрема, операційна *operating room* має синонім *theatre*, відповідно медичний персонал операційної (хірурги і медсестри тощо) *theater staff*. Навіть у вислові *проводити операцію* використовується саме дієслово *to perform*. Використовуючи концепти-кореляти *stagehands*, *maestro*, *showman*, *bit player* автор свідомо і вправно розширює асоціативний спектр медичних термінів для створення образів конкретних персонажів, що додає емоційності і яскравості сюжету («*The performance is over, Seddons thought. The bit players and stagehands will do the cleaning up*». [13, с. 48]; «*Watching the performance covertly, as he, too, moved across, it occurred to Seddons that it was like the entry of a maestro before a symphony. All that was missing was applause*» [13, с. 39]).

Концепти кореляти *killer*, *criminal* і *butcher* у прикладах: «*Did you bring handcuffs?*» *Townsend asked*». [14, с. 132] (запитує лікар у колеги, очікуючи на його звинувачення у професійній недбалості); «*If Noah had to kill a patient, he couldn't have picked one who'd be more accommodating*». [14, с. 137]; «*And do you ever wonder if there weren't some other patients Noah killed during those five years...*». [14, с. 149]; «*The room in which they did their work was appropriately macabre – particularly when the organs were laid out, as they would be in a few minutes, making the place look somewhat like a butcher's shop*». [13, с. 86]; «*...blood may still be sensitized and dangerous to the baby. You could kill a newborn child that way*». [13, с. 149], характеризуються невідповідністю із намірами лікаря і, як результат, відображають його некомпетентність. Такий характер асоціативного перенесення спровокований схожістю фреймової структури концептів (агент, пацієнт, інструмент, місце, процедура, цілі і засоби) і негативним досвідом у медичній сфері. Непрофесійний, навіть злочинний характер діяльності лікаря відображається і у словниковому значенні терміна *doctor* як дієслова (1. to dishonestly change something in order to gain an advantage; 2. to add something harmful to food or drink; 3. to remove part of the sex organs of an animal to prevent it from having babies [= neuter]; 4. to give someone medical treatment, especially when you are not a doctor [Longman Dictionary of Contemporary English]). Це вказує на те, що нетермінологічні додаткові значення медичного терміна можуть бути результатом закріплення за ним певних асоціацій, що ґрунтуються на індивідуальному і загальносуспільному досвіді.

При підборі автором і сприйнятті читачем когнітивних метафор у художньому дискурсі головну роль відіграє те, що М. Блек називає системою загальноприйнятих асоціацій (the system of associated commonplaces), яка при взаємодії корелята і референта спрацьовує як фільтр. Система загальноприйнятих асоціацій єдина для представників однієї культури. На відміну від наукового знання, вона може містити напівправду і навіть помилкове знання. Проте для когнітивної метафори важлива не істинність цих асоціацій, а їх швидка активація у свідомості [1, с. 163-164]. Зокрема, використовуючи концептуальний корелят *drunkard* у прикладі: «*I no longer visited public houses myself, because a doctor in general practice spotted refreshing himself with half a pint of mild ale is stamped as an incurable drunkard for life*» [12, с. 71], автором розкривається механізм асоціативного сприйняття людини. Це свідчить про те, що лікар навіть із незначною кількістю спиртного напою у суспільній свідомості характеризується як закоренілий пияк. Каталізатором асоціативного перенесення тут виступає напій, що також вказує на конвенційний характер метафори.

**Висновки.** У художньому дискурсі діапазон когнітивної метафори на позначення медичного працівника є досить широким, оскільки відіграє провідну роль у створенні образу героя і залежить від задуму і вправності автора. Цей діапазон містить як конвенційні так і авторські («нові» за класифікацією Дж. Лакоффа і М. Джонсона) концепти кореляти, які зумовлюються логічно-асоціативними зв'язками між референтом і корелятом та актуальністю позначуваного явища чи поняття у суспільному житті, що розширює досвід і збагачує спектр асоціативного сприйняття. У конкретному творі концепти кореляти надають медичним термінам тимчасового чи відносно постійного асоціативного забарвлення. Фундаментальний, природний досвід людини, який дозволяє осмислювати суб'єктивні абстрактні концепти, робить окремі метафори універсальними, загальнолюдськими, що може спричинити появу синонімії термінів і набуття ними додаткових нетермінологічних значень.

**Перспективи подальших досліджень** полягає в аналізі інших медичних термінів у плані їх когнітивно-метафоричного представлення у художньому дискурсі і дослідженню прагматичного характеру їх використання з точки зору автора і читача.



**Література:**

1. Блэк М. Метафора / М. Блэк; [пер. с англ. М. А. Дмитривской] // Теория метафоры / [вступ. ст. и сост. Н. Д. Арутюновой; под общ. ред. Н. Д. Арутюновой и М. А. Журиной]. – М. : ПРОГРЕСС, 1990. – С. 153–173.
2. Зубкова О. С. Функционирование медицинской метафоры [Электронный ресурс] / О. С. Зубкова // Теория языка и межкультурная коммуникация. – Курск, – 2007. – № 1. – С. 26-29. – Режим доступа : <http://tl-ic.kursksu.ru/pdf/001-05.pdf>
3. Ільченко О. М. Етикетизація англо-американського наукового дискурсу: автореф. дис.... доктора філол. наук: спец. 10.02.04 «Германські мови» / О. М. Ільченко. – К., 2002. – 37 с.
4. Маккормак Э. Когнитивная теория метафоры / Э. Маккормак: [пер. с англ. А. Д. Шмелева] // Теория метафоры / [вступ. ст. и сост. Н. Д. Арутюновой; под общ. ред. Н. Д. Арутюновой и М. А. Журиной]. – М.: ПРОГРЕСС, 1990. – С. 358-387.
5. Опарина Е. О. Концептуальная метафора / Е. О. Опарина // Метафора в языке и тексте / отв. ред. В. Н. Телия. – М. : Наука, 1988. – С. 65-78.
6. Петров В. В. Научные метафоры: природа и механизм функционирования / В. В. Петров // Философские основания научной теории / [отв. ред. В. В. Целищев, В. Н. Карпович]. – Новосибирск: Наука, 1985. – С. 196-220.
7. Lakoff G. Metaphors We Live By / G. Lakoff, M. Johnson. – Chicago : Chicago University Press, 1980. – 242 p.
8. Lakoff G. Philosophy in the Flesh: the Embodied Mind and its Challenge to Western Thought / G. Lakoff, M. Johnson. – New-York : New York Basic Books, 1999. – 624 p.
9. Petrie H. G. Metaphor and Learning / H. G. Petrie, R. S. Oshlag // Metaphor and Thought / ed. by A. Ortony. – 2nd ed. – Cambridge, 1993. – P. 579-610.
10. Tapia E. Symmetry as Conceptual Metaphor in Walker's The Color Purple / Elena Tapia // International Journal of English Studies: Eastern Connecticut State University. – Universidad de Murcia: Servicio de Publicaciones. – IJES. – 2003. – Vol. 3 (1). – P. 29-44.
11. Джерела ілюстративного матеріалу:
12. Eldrich L. Love Medicine (New and Expanded Version) / Louise Eldrich. – N. Y. : Harper Perennial [Modern Classics], 2005. – 394 p.
13. Gordon R. Doctor in Love / Richard Gordon. – London : Michael Joseph LTD, 1957. – 188 p.
14. Hailey, A. The Final Diagnosis [Окончательный диагноз/ А. Хейли] – М. : Айрис-пресс, 2006. – 352 с. – (Серия «Читаем в оригинале»)
15. Hailey A. Strong Medicine / Arthur Hailey. – G. B., Bungay, Suffolk : Richard Clay (The Chaucer Press) LTD, 1985. – 430 p.
16. Roberts A. The Surgeon's Perfect Match / Alison Roberts. – G. B. : Harlequin Mills & Boon Limited, 2006. – 186 p.

Полєжаєв Ю. Г.,

Запорізький національний технічний університет, м. Запоріжжя

## СПЕЦИФІКА ПРАГМАТИКИ ТЕКСТІВ БОРТОВОЇ ПРЕСИ

*У статті проаналізовані визначення таких основних понять, як «корпоративне видання», «інфлайт», «PR-текст» і систематизовані типологічні, структурні, тематичні, жанрові та функціональні особливості текстового наповнення інфлайт-журналів з точки зору комунікативно-прагматичної конвергенції.*

**Ключові слова:** бізнес-комунікація, PR-текст vs. рекламний текст, цільова аудиторія, прагматика.

*В статье проанализированы определения таких основных понятий, как «корпоративное издание», «инфлайт», «PR-текст» и систематизируются типологические, структурные, тематические, жанровые и функциональные особенности текстов инфлайт-журналов с точки зрения коммуникативно-прагматической конвергенции.*

**Ключевые слова:** бизнес-коммуникация, PR-текст vs. рекламный текст, целевая аудитория, прагматика.

*The definition of the terms «corporate press», «inflight» and «PR-text» are analyzed and key approaches to the typological characteristics of the corporate press are examined. The article also classifies typological, structural, topical, genre and functional peculiarities of the texts in inflight-magazines from the point of view of communicative-pragmatic convergence.*

**Key words:** business-communication PR-text vs. advertising text, target audience, pragmatics.

**Постановка проблеми.** На сучасному етапі можна спостерігати зміну типологічної структури преси. Старі типи видань змінюються або зникають й з'являються зовсім нові. Усе частіше виникають «гібридні» інформаційні продукти, що поєднують у собі раніше непоєднані типи видань. Види та типи корпоративних ЗМІ (О. Д. Кривоносов), їх функції, задачі та характеристики (Д. К. Дегтяренко) вивчалися переважно в дослідницькій журналістиці; не залишилися поза увагою специфіка, критерії ефективності (Л. С. Агафонов, Ю. В. Чемякін) й подальші шляхи розвитку корпоративної преси (Є. В. Лапін). У той же час проблематика змістовної моделі корпоративної преси була досліджена недостатньо, а лінгвістичний і прагматичний аспекти текстотворення взагалі майже не вивчалися. Також не було проведено порівняльний аналіз моделей медіаконтенту вітчизняних та закордонних інфлайт-видань.

Таким чином, **актуальність** теми дослідження зумовлена недостатньою мірою вивченості прагматичного аспекту концепції інфлайт-журналів з боку їх змістовного насичення. **Об'єктом** лінгвістичного аналізу стали тексти авіажурналів «Меридіан» та «SwissMagazine», **предмет** вивчення – прагматика текстів цих видань з урахуванням їх видової і жанрової різноманітності.

**Мета** – на прикладі інфлайтів «Меридіан» та «SwissMagazine» вивчити та проаналізувати специфіку прагматики текстового наповнення такого типу клієнтських корпоративних видань, як авіажурнал.

Сьогодні немає чіткого визначення бортової преси. Дослідник Д. О. Мурзін у своїй книзі «Феномен корпоративної преси» не дає чіткого визначення бортовим виданням, називаючи їх видом рекламного корпоративного видання [6; 7]. При цьому він звертає увагу на схожість їх із діловими виданнями: корпоративна преса виконує такі ж самі функції, що й ділова преса – забезпечує бізнес-комунікацію [5, с. 55]. Зазвичай бортові видання мають усі ознаки журналу, а саме: періодичність випуску – від одного до двох місяців, менший по відношенню до більшості газет формат, об'єм тексту та їх жанрова розмаїтість, об'єм видання, однак термін «бортовий журнал» у науковій літературі і теоретичному тезаурусі сучасного журналістикознавства не зафіксовано.

Авіажурнал (або інфлайт-журнал) виник під впливом багатьох факторів і будучи доволі вагомим інструментом менеджменту для ефективного налагодження комунікації між клієнтами авіакомпаній та авіаперевізників сьогодні є одним із представників корпоративних ЗМІ, що вдало виконує PR-функцію. Бортові журнали розповсюджуються безкоштовно, що дає підстави переглянути їх приналежність до рекламних корпоративних видань.

У підсумку своїх роздумів щодо сутнісних характеристик рекламних та PR-текстів петербурзький дослідник О. Д. Кривоносов у своїй монографії «PR-текст в системі публічних комунікацій» вносить істотне уточнення: «PR-текст, поширення якого серед цільової аудиторії відбувається за ініціативою базисного суб'єкта PR, завжди опосередковується безкоштовно. Той же текст, опосередкований не безкоштовно, стає рекламним» [4, с. 64]. Пояснимо, що термін «базисний суб'єкт PR» введений Санкт-Петербурзької школою публік релейшнз трактується наступним чином: «базисним суб'єктом PR визнається суб'єкт публічної сфери, на оптимізацію комунікаційного середовища якого спрямована діяльність певної PR-структури» [4, с. 18].

Зауважимо, що формальний критерій «платності», який нібито відокремлює рекламні тексти від текстів публік релейшнз, на нашу думку, не може бути критерієм відмежування рекламної інформації від не рекламної. На прикладі досліджуваної бортової преси ми можемо перекоонатися, що іноді у якості PR-структури виступає сам базисний суб'єкт, у нашому випадку рекламодавець, виробник і розповсюджувач реклами – це компанія-авіаперевізник. Проте говорити в цьому випадку про те, що даний матеріал не буде рекламою, неправомірно.

Однією із головних особливостей інфлайтів є саме їх привабливість для рекламодавців. Інфлайти є ефективним маркетинговим інструментом авіакомпаній майже ідеальним рішенням з точки зору фінансових вкладень в маркетинг. За оцінками соціологів, рівень впливу інформації, прочитаної на борту літака майже у два рази вищий, ніж в іншому журналі. Авіажурнал здійснює задачу комплексного надання послуг у сферах «inflight entertainment» та «inflight advertisement», тому видання стає не просто розважально-інформаційним, а більшою мірою рекламним. Через рекламну залежність страждає наповнення авіажурналу, жанрова палітра контенту стає

скудною, і, як наслідок, видання перестає функціонувати як ЗМІ. Саме через це виникає питання корисності змісту бортових видань для авіапасажирів.

Цей цікавий специфічний вид клієнтських корпоративних видань, незважаючи на те, що редакційна політика інфлайтів не має принципових відмінностей від політики незалежних ЗМІ, все ж таки дуже залежний від рекламних доходів, що не може не впливати і на змістовну модель видання.

Типологія PR-текстів С. В. Пономарьова, надана у його статті у статті «Типи текстів Public Relations» [8], за умови певного уточнення може бути використана і при аналізі жанрового наповнення бортових журналів. С. В. Пономарьов виділяє наступні види PR-текстів: корпоративні газети і журнали, пресрелізи, беграундер і факт-лист, форма «питання-відповідь», н'юзлеттер, корпоративний бюлетень, позиційні заяви, фічер, підготовлені публікації, кейс-історію (case story), «іменні» статті (by liner), оглядові та аналітичні статті, річний звіт та буклети.

Визначаючи новаторство роботи С. В. Пономарьова, лаконічність і точність стилю, відзначимо, що далеко не всі «усталені текстові форми» стали об'єктом уваги шановного дослідника. До цього списку не увійшли такі форми зовнішньої комунікації, як лист-приманка (пітчлеттерз), ключова замітка, записка-порада, консультація, комерційна пропозиція і т. д. Додамо, що, можливо, не варто було б відносити до «типів текстів» буклети, листівки, газети і журнали, оскільки це все ж таки не тексти як такі, а їх носії.

У роботі під редакцією професора Я. М. Засурського «Система засобів масової інформації в Росії» [9] дається інша типологія корпоративних видань, яка фактично позначає їх поділ на зовнішні, внутрішні і змішані. Інфлайти з цієї точки зору можна віднести до змішаного типу, адже вони містять ознаки перших двох: «залишаючись корпоративним органом, вони виходять за рамки корпоративного розповсюдження. У таких виданнях корпоративні проблеми обов'язково виносяться в спеціальний розділ, тоді як в цілому видання швидше відповідає галузевому підвиду» [10, с. 94-95].

Російський дослідник А. Є. Богоявленський вводить термін «замкнених» видань [3], до яких як найбільш помітного представника можна віднести інфлайт. Переважна частина дослідників зараховує авіажурнали до клієнтських корпоративних видань [1; 2, с. 68; 9], адже, як і будь-яке інше корпоративне видання, інфлайти впливають на цільову аудиторію – клієнтів компанії-авіаперевізника, створюючи її позитивний імідж і спонукаючи пасажирів сформувати певне відношення саме до цієї компанії.

Цільовою аудиторією клієнтських корпоративних видань є не тільки представники бізнесу, до того ж ділова преса відноситься до якісної преси, у якій превалюють аналітичні жанри, наявні думки експертів, притаманна достовірність та надійність джерел інформації, яка викладена переважно у діловому стилі. Бортові видання, своєю чергою, не містять настільки глибоких аналітичних матеріалів. Їх головна функція – надати транспортним послугам додаткової привабливості для пасажирів, тож в своїй основі вони більше нагадують універсальний розважально-пізнавальний журнал.

Обов'язковими елементами будь-якого інфлайта є: це вітальне слово керівника авіакомпанії, офіційні новини, відомості про парк літаків, географію маршрутів і розклад польотів і т. п. В іншому ж бортовий журнал нічим принципово не відрізняється від своїх «земних» побратимів: редакційні матеріали сусідять із рекламними модулями.

Проаналізовані інфлайт-журнали мають постійну структуру, що є основою змістовної моделі видань і зумовлюють тематичне наповнення, жанрові особливості, розподіл розділів та рубрик, характер подання інформації, вимоги щодо мови та стилю матеріалу, місцезнаходження графічних і дизайнерських елементів. До постійних рубрик можна віднести вітальне слово президента або генерального директора авіакомпанії, інформацію про правила поведінки на борту літака, географію і розклад рейсів, новини авіакомпанії, портретний нарис та історію успіху, статтю про якусь країну. Непостійними рубриками являються новини музики і кіно, кулінарія, інформація про нові видання, автомобілі, товари і послуги, оголошення, рецепти, тощо.

Матеріали за свою модальністю більше схожі з масовими розважальними виданнями з елементами неглибокої аналітики, іміджевої та довідкової інформації. Тексти за своїм характером позитивні або нейтрально-інформаційні, критичні тексти ж не притаманні виданням цього типу. Публікації аполітичні, багато в чому характер текстів та їх модальність нагадують симбіоз lifestyle-видань і пізнавальних журналів.

Серед універсальних ознак, що притаманні дослідженим нами інфлайтам, можна назвати поряд з їх тематикою та проблематикою, що зумовлені специфікою самого виду видання, їх жанрову структуру. Обов'язковими елементами їх тематичного наповнення є новини корпоративного характеру, у яких йде мова про компанію та її внутрішні події, галузеві заходи та акції для пасажирів, публікації заміток про різні міста та країни, афіша заходів міста відправлення або міста призначення. Тому за жанровою приналежністю публікації найчастіше є новинами, замітками, анонсами; основний матеріал номеру зазвичай представлений у вигляді огляду або нарису, часто основний матеріал супроводжується інтерв'ю, також зустрічаються статті, звіти експертів, коментарі, але у незначній кількості. Значимо, що у бортовому журналі зазвичай присутній і такий жанр публікації, як інструкція, наприклад, поведінки пасажирів на борту, або інші регламентуючі документи (розклад рейсів, правила перевезення багажу та ін.).

Інфлайт-видання виконують наступні функції: 1) *комерційна* – авіакомпанія отримує прибуток за рахунок розміщення реклами; 2) *іміджева або PR-функція* – авіажурнали покликані створювати і підтримувати позитивний образ компанії, заснований на професійності. Завдяки сильному іміджу авіакомпанія набуває ринкову силу, яка знижує чуттєвість до вартості реклами для бізнес-клієнтів, захищає її від конкурентів і полегшує доступ до фінансових, інформаційних та людських ресурсів; 3) *інтеграційна* – інфлайти приваблюють клієнтів, бізнес-партнерів, рекламодавців, акціонерів і інвесторів, знаменитих людей, що дозволяє бути в центрі уваги і збільшити привабливість і рівень довіри до послуг авіаперевізника; 4) *довідкова або інформаційно-комунікативна*

– більшість інфлайтів містить інформацію про послуги, успіхи і задачі авіакомпанії; 5) *інформаційно-рекламна* – переважна більшість бортових журналів існує за рахунок рекламодавців, тому рекламна функція є невід'ємною частиною видання; 6) *інформаційно-розважальна* – у кожному номері журналу присутня інформація про виставки, події в сферах музики і кіно; велика кількість високоякісних ілюстрацій і фоторепортажів також свідчить про розважальний характер видання; 7) *просвітницька функція*. Основні матеріали присвячені відомим містам світу, туристичним маршрутам, розповідям про архітектуру і видатні місця, культурні події і технологічні тенденції, іноді вони містять цікавий тематичний експурс.

**Висновки.** Змістова модель інфлайт-видання зумовлюється, в першу чергу, його цільовою аудиторією. Саме з урахуванням інтересів аудиторії і формується стиль подання і тематика матеріалу, не останньою мірою і об'єм самого видання. Концепція інфлайта як корпоративного ЗМІ включає в себе основні тематичні напрямки видання і співвідношення публікацій на різні теми, систему рубрик, жанрову систему, структуру журналу, вимоги до стилю та мови, до особливостей подання інформації.

Читачами авіажурналу є представники різних цільових аудиторій, тому інфлайт, будучи одним із типів клієнтських видань, не може мати характеру професійного або спеціалізованого видання. Більшість із них, таким чином, позиціонують себе як інформаційно-розважальні, інформаційно-довідкові, інформаційно-рекламні, інформаційно-просвітницькі та lifestyle-видання. Інфлайт може мати характеристики і декількох типів з вищезазначених, виконуючи комерційну, іміджеву, розважальну, просвітницьку, довідкову, інформаційну та рекламну функції.

У **перспективі** дослідження – аналіз основних мовних особливостей і прагматично орієнтованих мовних одиниць, що притаманні текстам публікацій в інфлайт-виданнях.

### Література:

1. Бабкин А. Ю. Корпоративные издания в структуре печатных СМИ: типологические и профильные характеристики / А. Ю. Бабкин. – М., 2010. – 3 с.
2. Блинова М. В. Современный российский рынок деловой информации / М. В. Блинова // Вестник МГУ. – Серия 10. – 2009. – №1. – С. 62-68.
3. Богоявленский А. Е. Типы текстов публичных рилейшнз и носители PR-сообщений / А. Е. Богоявленский // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. – 2004. – № 1. – С. 150-157.
4. Кривоносов А. Д. PR-текст в системе публичных коммуникаций / А. Д. Кривоносов. – СПб. : С.-Петербургский университет, 2001. – 253 с.
5. Мурзин Д. А. Новые корпоративные стратегии коммуникаций в современной России / Д. А. Мурзин // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. – 2005. – № 1. – С. 55-67.
6. Мурзин Д. А. Содержательная модель издания / Д. А. Мурзин. – М., 2010. – 40 с.
7. Мурзин Д. А. Феномен корпоративной прессы / Д. А. Мурзин. – М., 2005. – 110 с.
8. Пономарев С. В. Типы текстов Public Relations / С. В. Пономарев // Советник. – 001. – № 4 (64). – С. 26-29.
9. Ростовский деловой журнал «Реальный бизнес», блог community. livejournal.com/inside\_pr).
10. Система средств массовой информации России. Учебное пособие для вузов / Под ред. Я. Н. Засурского. – М. : Аспект Пресс, 2001 // <http://www.eartist.narod.ru/text/61.htm>.

Римяк І. Є.,

Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів

## ПРАГМАТИЧНІ АСПЕКТИ КОМУНІКАТИВНИХ СТРАТЕГІЙ КОМПЛІМЕНТУ ТА ІРОНІЇ (На матеріалі французьких художніх творів XVII-XIX століть)

*Проаналізовано актомовленнєві особливості компліменту та іронії на матеріалі французьких художніх творів XVII-XIX століть, а також розглянуто їх взаємопов'язаність у процесі оцінки об'єкта.*

**Ключові слова:** комплімент, іронія, оцінний мовленнєвий акт, пресупозиція, комунікативна мета, експресив.

*Проанализированы речевые особенности комплимента и иронии на материале французских художественных произведений XVII–XIX веков, а также рассмотрена их взаимосвязь в процессе оценки объекта.*

**Ключевые слова:** комплимент, похвала, оценочный речевой акт, пресуппозиция, коммуникативная цель, экспрессив.

*The article contains an analysis of pragmatic features of the compliment and of the irony on the material of french literary works of XVII-XIX centuries, and a consideration of their intercommunication in the process of estimation of object.*

**Key words:** compliment, irony, evaluating speech act, presupposition, communicative purpose, expressive.

Сучасна лінгвістика приділяє значну увагу вивченню комунікативно-прагматичних аспектів функціонування різних форм мовленнєвого етикету. Такі МА, як *комплімент*, похвала, схвалення, *іронія* тощо викликають особливе зацікавлення з боку науковців з метою дослідження проблем комунікативної взаємодії мовців та процесу спілкування в цілому.

**Метою** даного дослідження є виявлення та аналіз комунікативно-прагматичних стратегій оцінних ілокутивних актів *компліменту* та *іронії*. Необхідно також виділити диференційні ознаки, за якими можна було б розрізнити ці два мовленнєві жанри. Для цього використано тематичні видання та художню літературу французьких письменників XVII-XVIII століть. Ця стаття продовжує низку досліджень у галузі соціолінгвістики та лінгвопрагматики, зокрема вивчення *компліменту* у французькій мові на матеріалі художніх творів XVII-XX століть.

Незважаючи на доволі різні визначення понять *компліменту* та *іронії*, науковці часто наголошують на взаємодії та взаємопов'язаності цих стратегій. Зазначимо, що за «Словником іншомовних слів» *комплімент* як складова спілкування – це «люб'язний, приємний вислів із похвалою, схваленням» [6, с. 346], а *іронія* – тонке приховане глузування; в літературі – вид тропу, де зовнішня форма вислову суперечить змістові [6, с. 295].

Нагадаємо, що поняття мовленнєвої стратегії передбачає застосування набору комунікативних дій, спрямованих на досягнення поставленої мети [3, с. 54]. На нашу думку, доцільним є розгляд власне стратегій вищезгаданих МА, адже в обох випадках мове йде про здійснення позитивного (*комплімент*, позитивна *іронія*) чи негативного (негативна *іронія*) впливу на адресата. Так, для цих взаємопротилежних, на перший погляд, комунікативних актів спільною ознакою є, насамперед, врахування ситуації спілкування, пресупозиції, контексту та позицій комунікантів, а саме їхніх соціальних статусів, енциклопедичних та лінгвістичних компетенцій, а також знання комунікантів про принципи спілкування (принципи кооперації Грайса, максими ввічливості Дж. Ліча). Дані лінгвістичні та екстралінгвістичні фактори впливають на правильність розуміння наміру адресанта та подальший перебіг спілкування.

На думку вчених, непрямий *комплімент* та *іронія* є імпліцитними мовленнєвими актами. Слід зазначити, що набагато важче реалізувати ці ілокутивні акти, оскільки тут проявляються здібності адресанта до нестандартного мислення та його адекватної вербалізації. Реципієнт повинен помітити дані МА у прихованих семантичних компонентах висловлювання [3, с. 186].

Розглянемо уривок з твору Маріво «Сюрприз кохання», де Лелію, звертаючи свою промову до Маркізи, робить *комплімент* усім жінкам з метою викликати позитивну реакцію співрозмовниці.

*«Femmes, vous nous ravissez notre raison, notre liberté, notre repos; vous nous ravissez à nous-mêmes, et vous nous laissez vivre. Ne voilà-t-il pas des hommes en bel état après, des pauvres fous, des hommes troublés, ivres de douleur ou de joie, toujours en convulsion, des esclaves. Et à qui appartient ces esclaves? à des femmes!»* [10, с. 36].

Ми підкреслили саме ті висловлювання, де, на нашу думку, найчіткіше виражена оцінка адресата. У вищенаведеному прикладі позитивна оцінка співрозмовниці не є експліцитно вираженою, вона виводиться як семантичний наслідок із даного висловлювання [3, с. 187]. Як зазначає О. С. Ісерс, через позитивну оцінку соціуму, до якого належить адресат, мовець виражає своє відношення до того. Цей тип *компліменту* ще називають «дедуктивним» [3, с. 186].

Вчені вважають МА *іронії* одним з різновидів непрямой комунікації, який не має чіткої форми вираження. Це завуальована оцінка явищ дійсності чи об'єкта. Власне контекст висловлювання допомагає розпізнати *іронію*, в якій мовець висловлює своє приховане ставлення до співрозмовника. *Іронії*, як і *компліментові* можуть піддаватися не лише особисті якості реципієнта, але і об'єкти, які мають до нього безпосереднє відношення. Так, ілокутивна сила позитивної *іронії* полягає у тому, щоб викликати позитивний емоційний стан адресата: розвеселити, розсмішити, підбадьорити тощо.

У творі Е. Лабіша «Станція Шамбодє»: Летренк'є іронізує стосовно вишивки для комоду і говорить, що зробить з неї головний убір. Це в свою чергу викликає позитивну реакцію Такареля – сміх.

*Mademoiselle Nina: «Elle nous a brodé, cet hiver, une délicieuse tapisserie pour un coffre à bois.»*

*Letrinquier: «C'est tellement joli... que j'ai résolu de m'en faire une calotte grecque.»*

*Tacarel: «Avec un coffre à bois !... C'est merveilleux !* [9, с. 45].

Варто згадати, що МА *компліменту* та *іронії* відносять до експресивів, ціль яких полягає у вираженні емоційного стану мовця з метою впливу на психологічний стан співрозмовника. Для даних комунікативних актів характерним є поняття оцінки переважно суб'єктивного характеру. Адже емоційний фактор завжди пов'язаний із суб'єктивним ставленням адресанта до адресата. Даючи оцінку, суб'єкт відштовхується від свого особистого ставлення до об'єкта, стереотипних уявлень про об'єкт у світі цінностей і шкали оцінок [2, с. 23].

Відомо, що *комплімент* як ілюкутивний акт, який виражає етикетні інтенції, є виявом ввічливості – основою мовленнєвого етикету. Ввічливість та мовленнєвий етикет забезпечують неконфліктні зони спілкування, а також попереджують і/або уникають конфліктів [8, с. 188]. Тому у компліментарних висловлюваннях важливо дотримуватись принципу ввічливості для досягнення позитивного перлюкутивного ефекту.

Принцип ввічливості накладає також певні обмеження стосовно комунікативної поведінки в іронічних висловлюваннях, що вимагає від комунікантів придержуватись загальноприйнятих норм спілкування. Відповідно, насмішка чи інші негативні емоції приховано виражаються в *іронії* чи сарказмі.

В даному випадку йде мова про *компліменти* з проявом *іронії*, які мовознавці відносять до окремої категорії. Їх ще називають «саркастичними компліментами», або «псевдокомпліментами». Вони є непрямими мовленнєвими актами з ілюкуцією насмішки, докору, засудження, зневаги, образи тощо і мають такі структурно-семантичні параметри, які зазвичай співвідносяться з ілюкутивною силою *компліменту*.

Відомо, що, роблячи *комплімент*, мовець виділяє певні риси адресата і дає їхню позитивну оцінку. Коли адресант вважає, що його співрозмовник насправді не наділений такими якостями, тоді йде мова про інший тип мовленнєвої тактики: за своєю формою – це *комплімент*, але по суті – насмішка [3, с. 192].

Розглянемо уривок із твору Мольєра «Шахрайства Скапена»:

Аргант, повернувшись до дому і взнавши, що його син Октав одружився без його дозволу, докоряє Сильвестрові, що той підтримав задум закоханих.

*Argante: Ah, ah ! Vous voilà donc, sage gouverneur de famille, beau directeur de jeunes gens.* [12, с. 428].

Отже, *саркастичні компліменти* виражають негативне ставлення адресанта до адресата. На відміну від щиро-го *компліменту*, насмішка передбачає руйнування хороших відносин і створення конфліктної ситуації [3, с. 193].

Психологічною перевагою *псевдокомпліментів* є те, що мовець відчуває свою розумому перевагу над співрозмовником. Крім цього його важко звинуватити у висловленні образи через її прихований характер. Адже в даних іронічних висловлюваннях адресант зберігає своє соціальне обличчя та дотримується норм спілкування світської бесіди [7, с. 11].

Важлива відмінність МА *компліменту* та негативної *іронії* полягає перш за все у їхніх пресупозиціях. Приводом для висловлення *компліменту* може бути задоволення мовця від якостей співрозмовника (зовнішні якості, талант, розумові здібності чи предмети, які характеризують його смаки), що виділяються переважно в момент мовлення. Тоді як причиною вираження *іронії* є негативне сприйняття певних якостей чи дій адресата.

Крім цього існує різниця між вищезгаданими МА з позиції інтенції мовця. Якщо метою *компліментів* є позитивний вплив на реципієнта та підтримання хороших стосунків, то в іронічно-оцінних висловлюваннях адресант намагається викликати негативну емоційну реакцію адресата, що може призвести до виникнення конфліктної ситуації.

Розглянемо наступні приклади *компліменту* та *іронії*:

У п'єсі Мольєра «Міщанин-шляхтич» вчитель музики переконує пана Журдена, щоб той проводив вдома музичні концерти (*комплімент*):

*Maître de musique: «Au reste, monsieur, ce n'est pas assez: il faut qu'une personne comme vous, qui êtes magnifique, et qui avez de l'inclination pour les belles choses, ait un concert de musique chez soi tous les mercredis ou tous les jeudis.*

*Monsieur Jourdain: «Est-ce que les gens de qualité en ont?»*

*Maître de musique: «Oui, monsieur.»*

*Monsieur Jourdain: «J'en aurai donc»* [11, с. 67-68].

У вищенаведеному компліментарному висловлюванні адресант досягає запланованої ілюкутивної цілі – переконує Пана Журдена проводити концерти та здійснює позитивний перлюкутивний ефект на адресата – пан Журден отримує задоволення від почутих *компліментів*.

Із твору Маріво «Сюрприз кохання» (*іронія*):

*La comtesse: «J'espérais que vous me divertiriez en m'aimant: vous avez pris un autre tour, je ne perds point au change, et je vous trouve très divertissant comme vous êtes.»*

*Lélio: «Ma foi, Madame, nous ne nous ennuiérons donc point ensemble, si je vous réjouis, vous n'êtes point ingrate: Vous espériez que je vous divertirais, mais vous ne m'aviez pas dit que je serais diverti. Quoi qu'il en soit, brisons là-dessus; la comédie ne me plaît pas longtemps, et je ne veux être ni acteur ni spectateur»* [10, с. 69].

Графиня докоряє Лелію, що той її не розважив, як вона сподівалась. Ілюкуція докору в іронічному висловлюванні адресанта призводить до негативної реакції – обурення адресата та руйнування дружніх стосунків.

Існують також розбіжності між МА *компліменту* та *іронії* з позиції реципієнта. Як зазначає В. Я. Міщенко, мовленнєвий акт *компліменту* можна здійснити лише тоді, коли співрозмовник є об'єктом, на який направлений інтенційний стан мовця, або має безпосередній зв'язок з ним [5, с. 108]. Так, неможливо сказати *комплімент* відсутній особі у ситуації спілкування. На відміну від *компліменту*, присутність об'єкта *іронії* в комунікативній ситуації є можливою, але необов'язковою (непрямий адресат). В цьому випадку іронічні висловлювання передбачають наявність ще одного адресата-спостерігача (прямий адресат). Причому присутність останнього підсилює перлюкутивний ефект за умови, якщо той поділяє емоційно-оцінне ставлення мовця [3, с. 165].

Із п'єси Мольєра «Міщанин-шляхтич»: Пан Журден іронізує над служницею Ніколь, яка обурюється, що в будинок приходять різні люди з болотом і засмічують його:

*Monsieur Jourdain: «Quais, notre servante Nicole, vous avez le caquet bien affilé pour une paysanne.»*

*Madame Jourdain: «Nicole a raison, et son sens est meilleur que le vôtre» [11, с. 103].*

З вищенаведеного уривку можемо зробити висновок, що комунікативна тактика пана Журдена зазнала невдачі, оскільки адресат-спостерігач (пані Журден) приймає позицію об'єкта *іронії* (Ніколь) і навіть робить *анти-комплімент* своєму чоловікові.

Варто зазначити, що в іронічних МА адресант порушує одну з максим принципів кооперації, а саме максимум ширості, що призводить до виникнення конфліктної ситуації. Адже, як вже було зазначено раніше, *іронія* реалізується у прихованій суб'єктивній оцінці об'єкта, де форма висловлювання не відповідає її змістові. Тому доволі часто адресат не здогадується про справжню сутність насмішки через вдавану ширість комунікативної тактики адресанта.

Таким чином, розглянуто прагматичні особливості оцінних МА *компліменту* та *іронії*. На основі ілюстративного матеріалу та проведених досліджень можна стверджувати, що немає чіткої границі між цими ілокутивними актами, оскільки вони є взаємопов'язаними і можуть взаємодоповнювати один одного.

Різниця між даними МА полягає у їхніх пресупозиціях, інтенції мовця та перлокутивних ефектах. Для *компліментів* важливим є створення атмосфери люб'язності та підтримання хороших стосунків, тоді як *іронія* передбачає здійснення негативного впливу на співрозмовника та створення конфліктної ситуації.

### Література:

1. Волощук І. І. Антропокомпоненти іронічно-оцінного висловлення. Режим доступу : <http://eprints.zu.edu.ua/3727/1/05viiiiov.pdf>
2. Вольф Е. М. Функциональная семантика оценки. – М. : Наука, 1985. – 232 с.
3. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Изд. 3-е, стереотипное. – М. : Едиториал УРСС, 2003. – 284 с.
4. Ковшова М. Л. Compliment и оскорбление: общее и различное (на материале современной русской речи) // Язык, сознание, коммуникация: Сб. статей. – М. : МАКС Пресс, 2010. – С. 103-113.
5. Мищенко В. Я. Compliment как проявление вежливости // Вісник Харківського університету: Актуальні проблеми теорії комунікації. – Харків : Константа, 1997. – С. 111-113.
6. Словник української мови в 11 т. [ред. кол.: І. К. Білодід (голова) та ін.]. – т. VII. – Київ : Наукова думка, 1976. – 775 с.
7. Филиппова М. М. Жанры саркастических высказываний в английском языке // Язык, сознание, коммуникация: Сб. статей. – М. : МАКС Пресс, 2005. – Вып. 29. – С. 4-22.
8. Формановская Н. И. Речевое общение: коммуникативно-прагматический подход. – Москва : Русский язык, 2002. – 214 с.
9. Labiche E. La station champbaudet. – Paris : La librairie théâtrale, 1862. – 92 p.
10. Marivaux. La surprise de l'amour. – Paris : Librairie Générale Française, 1991.
11. Molière. Le bourgeois gentilhomme // Molière. Oeuvres de Molière. VIII. –Paris : INALF, 1961–P. 46-209.
12. Molière. Les fourberies de Scapin // Molière. Oeuvres de Molière. VIII. –Paris : INALF, 1961. – P. 409-517.
13. <http://www.ukrlit.vn.ua/article/974.html>
14. <http://vestnik.stavsu.ru/50-2007/33.pdf>

**Романова Н. В.,**

Київський національний лінгвістичний університет, м. Київ

## ПСИХОЛІНГВІСТИЧНІ МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕМОТИВНОЇ ЛЕКСИКИ

*Стаття присвячена німецькомовній асоціативно-емотивній лексиці як ідентифікаторові найменувань базових емоцій людини. Доведено важливість вивчення її семантики в психолінгвістичному форматі, зокрема із застосуванням методики асоціативного експерименту.*

**Ключові слова:** базові емоції, емотивна лексика, асоціативний експеримент, асоціати.

*Статья посвящена немецкоязычной ассоциативно-эмотивной лексике как идентификатору наименований базовых эмоций человека. Доказана важность изучения ее семантики в психолингвистическом формате, в частности с применением методики ассоциативного эксперимента.*

**Ключевые слова:** базовые эмоции, эмотивная лексика, ассоциативный эксперимент, ассоциаты.

*The article focuses on the German-associative-emotive vocabulary identifier names the basic human emotions. The associative experiment is used as a method for their semantics.*

**Keywords:** the basic emotions, emotional vocabulary, associative experiment, associates.

Емотивна лексика як позначення емоційних явищ привертає увагу лінгвістів відносно недавно – з 50-х–70-х років ХХ ст. (праці Н. М. Амосової, Ш. Баллі, Р. О. Будагова, В. Г. Гака, Є. М. Галкіної-Федорук, В. А. Звєгінцева, Г. В. Колшанського, К. А. Левковської, В. А. Мальцева та багатьох інших учених). Досліджуються онтологічні й гносеологічні характеристики феномена в плані синхронії (Ю. Д. Апресян, Н. І. Бойко, А. М. Манзій, М. В. Піменова, П. О. Селігей, В. І. Шаховський та ін.) й діахронії (М. В. Гамзюк, В. І. Дудка, В. В. Левицький, Є. Є. Стефанський та ін.). Виокремлюють низку підходів у вивченні емоцій і їх мови. Так, М. О. Красавський називає три дослідницьких підходи: філологічний, когнітивний, лінгвокультурологічний, які склалися в західноєвропейській, американській і російській лінгвістиці, і запропонував комплексний інтегрований підхід у дослідженні мовних знаків емоцій [3, с. 3]. Ідеться про інтеграцію названих підходів. Проте і шифр 10. 02. 20 («Порівняльно-історичне, типологічне і зіставне мовознавство»), і зміст дисертаційного дослідження цитованого вченого, чітко вказують на контрастивно-лінгвокультурологічно-когнітивний дослідницький підхід. На варіативності підходів наголошує і вітчизняний лінгвіст М. В. Гамзюк. Перевагу надають когнітивному, діяльнісно-антропоцентричному й комунікативному підходах як якісно новому рівню досліджень [1, с. 7-8]. Є й інші класифікації підходів, відповідно до яких, окрім названих, виокремлюють структурний, лінгвокрасназничий, контрастивний, номінативний [16, с. 11-18]. Ми не ставимо тут за мету аналіз кожного з них, оскільки це вже зроблено вченими в ілюстрованих і інших працях. Актуальним для лінгвістики сьогодення взагалі й нашої студії зокрема є розгляд емотивної лексики в світлі психолінгвістичних методик.

Звернення до історії психолінгвістики дає змогу стверджувати, що вона має американське коріння з початку 60-х років минулого століття [4, с. 97]. Психолінгвістика зароджувалась на стику психології і лінгвістики, а виіривала в надрах психологічного й семіотичного наукового знання. Все це створює певні труднощі для визначення предмета психолінгвістики. Фундаторами цього самостійного напрямку в рамках лінгвістики є психологи-біхевіористи Чарлз Осгуд, Джон Керолл і літературознавець, семіотик Томас Сібен. Первісно об'єктом аналізу було окреме слово, а предметом – причинно-наслідкові зв'язки між словами у вербальній пам'яті людини. Вихідною схемою аналізу була формула «стимул – асоціативний зв'язок – реакція». Стимул має різну форму: від вербальної (звук, склад, слово, словосполучення, речення, текст тощо) до невербальної (музика, живопис, кіно, театр тощо). Зв'язані зі стимулом (S) будь-які реакції (R), а саме – інше слово, називають **асоціаціями**. Експериментальна методика ґрунтувалась здебільшого на асоціативному експерименті (далі АЕ), який сьогодні називають «ефективним методом дослідження глибинних закономірностей у мереживі сенсорних кореляцій загальної архітектоніки людського свідомості» [2, с. 249], «найбільш розробленою технікою семантичного аналізу» [8, с. 36], одним «із ефективних дослідницьких інструментів опису внутрішнього лексикону людини» [12, с. 30].

Формування радянської психолінгвістики перебувало під впливом американських і власних досліджень таких психологів, як Л. С. Виготський, М. І Жінкін, О. О. Леонт'єв, С. П. Рубінштейн.

На пострадянському просторі, а саме на Україні, психолінгвістика пов'язана з іменами О. І. Горошко, М. С. Зарицького, Л. В. Засекіної, С. В. Засекіна, О. М. Холода. Російська психолінгвістика асоціюється з теоретичними поглядами В. П. Беляніна, І. Н. Горелова, О. О. Залевської, О. О. Леонт'єва, Л. В. Сахарного, Ю. О. Сорокіна, Н. В. Уфімцевої, Р. М. Фрумкіної, О. М. Шахнаровича.

В сучасній психолінгвістиці використовують прямі й опосередковані методи експериментального дослідження, запозиченні в психології, та оригінальні методи – метод «семантичного диференціалу» Ч. Осгуда, метод «семантичного інтегралу» В. І. Батова й Ю. О. Сорокіна, метод «інтент аналізу» Т. М. Ушакової. Хоч би який метод не використовував експериментатор, він прагне поставити респондента в ситуацію (скерованого) вибору й прийняття рішення (хоч вибір і рішення можуть бути як усвідомленими, так і неусвідомленими) [5, с. 74]. Тобто в структурі психолінгвістичного експерименту головним і визначальним є установка на активізацію певної ділянки мовної картини світу, яка відтворює стан психологічно реального значення слів внутрішнього лексикону респондентів.

Виокремлюють вільний, спрямований і контрольований АЕ. Вільний АЕ передбачає миттєвість реакції першим словом, що спало на думку досліджуваного на пропоноване слово-стимул. Часовий проміжок між стимулом і реакцією повинен бути мінімальним [15, с. 191], тобто тут розмірковуванням немає місця, асоціації постають



як спонтанні, неконтрольовані, несвідомі. Сюди необхідно додати й ланцюговий АЕ, який розглядають як різновид вільного АЕ і характеризують як некерований, спонтанний. Деякі дослідники називають ланцюговий АЕ експериментом із тривалішою реакцією [13, с. 5-6, 18]. Вимір загального обсягу асоціацій на слово-стимул тут найчастіше еквівалентний 1 хвилині, при цьому тривалість латентного періоду формування асоціацій експериментатором ігнорується [9, с. 149-151]. До недоліків аналізованого різновиду АЕ належить значна залежність між послідовністю реакцій-відповідей. Наголошують на тому фактові, що одержана реакція являється фактично не реакцією на вихідний стимул, а реакцією на попередню асоціацію, яка стала новим стимулом. При цьому чітко розмежувати істинні стимули, які породили ту чи іншу реакцію, дуже складно, бо стимул і всі викликані ним реакції знаходяться в певних смислових зв'язках [12, с. 31].

Спрямований АЕ суттєво обмежує свободу процесу асоціювання й ущільнює до певної кількості зв'язки слова-стимулу й ставлення досліджуваного до них, оскільки «направляє» асоціації в бажане для експериментатора русло, звужує асоціативний простір респондента до меж певної категорії, певного поняття чи явища, спричинює дистанціювання асоціативного ядра й периферії. За таких обставин отримані асоціації на слово-стимул є теоретично контрольованими, унормованими, свідомими. Російський психолінгвіст О. О. Леонтьєв стверджує єдність спрямованого й контрольованого АЕ [13, с. 5-6]. Дозволимо собі нагадати, що контроль як вид діяльності має враховувати перевірку чогось, когось (від фр. *contrerôle* – подвійний список). Перевіряти означає насамперед з'ясувати правильність, точність, якість, властивість, наявність або відсутність чого-небудь [7, с. 562]. Велике значення для контролю має правильний або об'єктивний вибір критеріїв оцінки, оскільки природа оцінки завжди антропоцентрична [10, с. 14]. Очевидні відмінності між спрямованим і контрольованим АЕ зумовлюють їх більш чітку диференціацію. Під спрямованим АЕ у контексті нашої статті розуміємо не стільки програмування асоціативних процесів, скільки *множину вибору всіх реальних і можливих варіантів асоціацій у руслі індивідуального життєвого й емоційного досвідів, а також знань досліджуваного про об'єкт спрямованого АЕ* за категорією «Емоції, почуття людини».

Близькість усіх аналізованих АЕ полягає не лише в присутності в них найбільш частотних слів мови чи слів, що входять до складу певної лексико-семантичної групи або ряду. Будь-який АЕ є *граничним запитуванням про зміст слова-стимулу тут і тепер*. Слово-стимул може містити в собі різну кількість лексико-семантичних варіантів (далі ЛСВ), питома вага яких буде різною, різною буде й частота поширення їх у відповідях-реакціях. Отже, одержані асоціати стають носієм актуалізованих ЛСВ, які можуть бути недоступними лексикографічній кодифікації чи текстовій реалізації.

Одержані слова-реакції чи асоціати підраховуються, реєструються за спадом частот і використовуються для встановлення структури асоціативного поля аналізованого слова-стимулу: ядерна, перехідна чи маргінальна, периферійна зони. Асоціативне поле окремого слова-стимулу являє собою «фрагмент загального образу світу певного народу і відображає етнокультурну специфіку мовної свідомості його представників» [14, с. 63].

У запропонованій статті представлено аналіз матеріалу спрямованого АЕ, проведеного в лютому-березні 2012 року серед учениць і учнів середньої ланки (3), студенток і студентів педагогічних і філологічних факультетів вищих навчальних закладів Німеччини (52), спеціалістів у різних галузях виробництва: технічній (8), медичній (5), соціальній (4), економічній (3), юридичній (3), обслуговування (2) – всього 80 осіб: 59 жінок і 21 чоловік.

Було пред'явлено 25 слів-стимулів, у тому числі 10 емотивних слів, які номінують базові емоції людини (див. *табл. 1*). Крім реакцій-словоформ, одержано реакції-словосполучення, реакції-синтагми, реакції-ланцюги слів, реакції-власні назви. Впадає у вічі неоднорідність формування ядерних і перехідних зон. Так, ядерна зона слів-стимулів 12. Wut гнів, 13. Trauer печаль, 16. Freude радість і 17. Schamgefühl сором містить як реакції-словоформи, так і реакції-словосполучення. Перехідні зони названих слів-стимулів, окрім 16. Freude, а також слова-стимулу 18. Schuldgefühl провина ґрунтуються на еквівалентних асоціаціях, тобто реакціях-словоформах і реакціях-словосполученнях.

Таблиця 1  
Структурне співвідношення асоціативних полів слів-стимулів, що називають базові емоції людини

Слово-стимул	Асоціації			Σ
	Ядро ≥ 3	Перехід = 2	Периферія 1	
11. Angst страх	21	14	43	78
12. Wut гнів	24	16	40	80
13. Trauer печаль	40	14	26	80
14. Verachtung зневага	16	12	46	74
15. Ekel огида	30	6	42	78
16. Freude радість	41	4	35	80
17. Schamgefühl сором	20	14	45	79
18. Schuldgefühl провина	21	12	45	78
19. Überraschung подив	43	2	34	79
20. Interesse інтерес	27	10	42	79
Σ	283	104	398	785

Із таблиці 1 видно, що стереотипи мислення формують ядерну зону асоціативних полів з різною інтенсивністю: від 16 до 43 різних реакцій. Домінують назви 2-х позитивних емоцій з найактуальнішою семантикою:

**19. Überraschung** (43) подив – *Freude* (25) радість, *Geschenk* (18) подарунок; **16. Freude** (41) радість – *Glück* (8) щастя, *Lachen* (8) сміх, *Freunde* (6) друзі, *Sonne* (4) сонце, *Familie* (3) сім'я, *Kinder* (3) діти, *Liebe* (3) любов; *lachen* (6) сміятися і 1-ї негативної емоції **13. Trauer** (40) печаль – *Tod* (17) смерть, *Tränen* (10) сльози, *Verlust* (5) утрата, *Einsamkeit* (3) самотність; *schwarz* (5) чорний. Простежуються три тенденції до якісного наповнення семантики ядерних зон: тенденція до предметності (19. Überraschung (43)), тенденція до комбінації предметності й предикативності (16. Freude (41)), тенденція до комбінації предметності й атрибутивності (13. Trauer (40)). Тенденція до предметності наповнення семантики вказує на парадигматичні чи мовні відношення між парами S – R, тенденція до комбінації предметності з варіантами відображає парадигматично-синтагматичні чи мовно-мовленнєві відношення. Необхідно зазначити, що тотожні тенденції охоплюють не лише ядерні зони, а й перехідні та периферійні.

Серед *перехідних* зон домінують назви 3-х негативних емоцій 12. Wut (16) гнів, 11. Angst (14) страх, 13. Trauer (14) печаль і 1-ї позитивної емоції 17. Schamgefühl (14) сором. Щодо якості семантичного наповнення, то маємо три тенденції: тенденцію до предметності (11. Angst (14)), тенденцію до комбінації предметності й предикативності (12. Wut (16)) і тенденцію до комбінації предметності, атрибутивності й предикативності (13. Trauer (14), 17. Schamgefühl (14)).

*Периферійні* зони мають свої переваги. Тут виділяються назви 2-х негативних емоцій 14. Verachtung (46) зневага, 11. Angst (43) і 2-х позитивних емоцій 17. Schamgefühl (45) сором, 18. Schuldgefühl (45) провина. Якість наповнення семантичних структур периферії характеризується двома тенденціями: тенденцією до комбінації предметності, атрибутивності, предикативності, словосполучень і / чи синтагм (14. Verachtung (46), 11. Angst (43), 17. Schamgefühl (45)), тенденцією до комбінації предметності, атрибутивності, предикативності, словосполучень і ланцюгів слів (18. Schuldgefühl (45)). У світлі теорії мовленнєвої діяльності велике розмаїття форм і змісту асоціатив у периферійних зонах може свідчити про потенційну готовність досліджуваних до природного комунікативного акту [11] або домінування прикладних знань.

Подальший аналіз асоціативних полів було проведено за методикою асоціативного гешталту [6, с. 116-132; 14, с. 64-65], який дає змогу детально структурувати асоціативні поля слів-стимулів і наочно побачити їхні квалітативно-квантитативні характеристики й ціннісні орієнтири.

У зв'язку з обсягом статті розглянемо зони гешталту слова-стимулу **19. Überraschung** подив. Виокремлено 17 зон, чий реєстр сформовано за кількісно-якісними, парадигматично-синтагматичними показниками й представлено в алфавітному порядку: **1. «Інші емоції, почуття»** (28 реакцій чи 35,44%), маніфестовану через а) радість (*Freude* (25)), б) подив (*Erstaunen*), в) зневаги (*Verachtung*), негативні почуття (*mag nicht*); **2. «Ставлення до об'єкта»** (20 реакцій чи 25,32%), визначену кризь призму матеріальних і духовних цінностей (*Geschenk* (18), *Geschenke*; *Paris*); **3. «Ступінь вияву подиву»** (5 реакцій чи 6,33%), реалізовану як переляк (*Erschrecken*, *Schreck*), сміх (*Lachen*), стрес (*Stress*), щастя (*glücklich sein*); **4. «Характеристики об'єктів»** (5 реакція чи 6,33%), показану як ознаки: а) емоційного стану дитини (*Kinderfreude*), б) фізичних змін у жіночому організмі (*Schwangerschaft*), в) поведінки (*Wirrwarr*); когнітивну якість (*interessant*) та кольорову гаму (*bunt*); **5. «Люди, взаємовідносини»** (3 реакції чи 3,80%), зумовлену сукупністю друзів (*Freunde* (2)), подругою (*Freundin*); **6. «Соціальні заходи»** (3 реакції чи 3,80%), співвіднесену з вечірками (*Party* (2)), святкуванням дня народження (*Geburtstagsfeiern*); **7. «Пізнання»** (3 реакції чи 3,80%), зорієнтовану на таємницю (*Heimlichkeit*), новину (*Neuigkeit*), інтелектуальну гру (*Schach*); **8. «Порівняння»** (2 реакції чи 2,53%), окреслену як планета Земля чи її частина (*Welt*), сукупність дітей, квітів (*Kinder*, *Blumen* – ланцюг слів); **9. «Способи впливу на емоцію»** (1 реакція чи 1,27%), актуалізовану як подарунок на день народження (*Geburtstagsgeschenk*); **10. «Неочікувані події»** (1 реакція чи 1,27%), зафіксовану вербально значущим для індивіда днем (*Geburtstag*); **11. «Кінесика»** (1 реакція чи 1,27%), кваліфіковану, як вираз обличчя (*Gesichtsdruck*); **12. «Саморегуляція»** (1 реакція чи 1,27%), пов'язану із внутрішнім сподіванням на щось дивовижне (*Innerhofftes*); **13. «Вік»** (1 реакція чи 1,27%), виражену часовим відрізком розвитку людини від її народження до фізіологічної чи соціально-психологічної зрілості (*Kind*); **14. «Смак»** (1 реакція чи 1,27%), репрезентовану карамеллю чи шоколадними цукерками (*Süßigkeit*); **15. «Джерело подиву»** (1 реакція чи 1,27%), сприйняту як сновидіння, сон (*Traum*); **16. «Переживання»** (1 реакція чи 1,27%), втілену фразеологізмом зі значенням подиву (*große Augen*); **17. «Іжа»** (1 реакція чи 1,27%), спрямовану передусім на форму й вид солодощів (*Überraschungseier Kinderschokolade*). Звідси випливає висновок, що зони аналізованого гешталту мають різне наповнення, велике розмаїття смислових зв'язків, чий знак модальності коливається від позитивних до нейтральних і негативних. Крім того, вони можуть комбінуватися функціонально за схемою «мова – мовлення», лексико-граматично за частиномовними характеристиками: субстантиви (44 чи 55,7%), атрибути (2 чи 2,53%), предикати (2 чи 2,53%). Щодо асоціативних зв'язків, то вони мають два напрями: асоціації за суміжністю й асоціації за схожістю.

Такий підхід і методика дають можливість трактувати назви емоцій як психологічно реальні суб'єктивні значення, активізація і функціонування яких апелює формально до природного комунікативного акту.

Бачення спрямованого АЕ як потенційного методу вивчення обсягу й змісту внутрішнього лексикону мовної особистості, сприяє діагностиці динаміки семантичного розвитку окремої мовної одиниці, лексико-семантичного про шарку й системи мови в цілому.

#### Література:

1. Гамзюк М. В. Емотивний компонент значення у процесі створення фразеологічних одиниць (на матеріалі німецької мови): [монографія] / М. В. Гамзюк. – К. : Вид. центр КДЛУ, 2000. – 256 с.
2. Ковалевська Т. Ю. Комунікативні аспекти нейролінгвістичного програмування: [монографія] / Т. Ю. Ковалевська. – Одеса : Астропринт, 2001. – 344 с.

3. Красавский Н. А. Динамика эмоциональных концептов в немецкой и русской лингвокультурах: автореф. дис. на соискание учён. степени д-ра филол. наук: спец. 10.02.20 «Сравн. -ист., типол. и соп. языкознание» / Н. А. Красавский. – Волгоград, 2001. – 38 с.
4. Левицкий В. В. Семасиология / В. В. Левицкий. – Винница : Нова книга, 2006. – 512 с.
5. Леонтьев А. А. Основы психолингвистики: учебник [для студ. высш. учеб. зав.] / А. А. Леонтьев. – М. : Смысл, 1999. – 287, [1] с. – (Психология для студента).
6. Марковина И. Ю. Специфика языкового сознания русских и американцев: опыт построения «ассоциативного гештальта» текстов оригинала и перевода / И. Ю. Марковина, Е. В. Данилина // Языковое сознание и образ мира: сб. науч. статей / отв. ред. Н. В. Уфимцева. – М. : РАН ИЯ, 2000. – С. 116-132.
7. Новий тлумачний словник української мови: В 3 т. / В. Яременко, О. Сліпушко. – К. : Аконті, 2003. – Т. 2. – 926 с.
8. Петренко В. Ф. Введение в экспериментальную психосемантику: исследование форм репрезентации в обыденном сознании / В. Ф. Петренко. – М. : Изд. Моск. ун-та, 1983. – 177 с.
9. Практикум по общей и экспериментальной психологии: учеб. пособие / [под общ. ред. А. А. Крылова]. – Л.: Изд. ЛГУ, 1987. – 255 с.
10. Приходько Г. І. Способи вираження оцінки в сучасній англійській мові: [монографія] / Г. І. Приходько. – Запоріжжя : ЗДУ, 2001. – 362.
11. Сахарный Л. В. Введение в психолингвистику. Курс лекций: учебник / Л. В. Сахарный. – Л. : Изд. Ленингр. ун-та, 1989. – 184 с.
12. Ситникова Е. Свободный ассоциативный эксперимент: его место в ряду других методик описания внутреннего лексикона человека / Е. Ситникова // Науковий вісник Херсонського державного університету: зб. наук. праць / гол. ред. В. Олексенко. – Херсон : Вид. ХДУ, 2011. – Вип. XIII. – С. 30-35. – (Серія «Лінгвістика»).
13. Словарь ассоциативных норм русского языка / [Леонтьев А. А., Клименко А. П., Супрун А. Е. и др.]; под ред. А. А. Леонтьева. – М. : Моск. ун-т, 1977. – 192 с.
14. Терехова Д. І. Зіставний психолінгвістичний аналіз асоціативних полів слів української та російської мов / Д. І. Терехова // Проблеми зіставної семантики: зб. наук. статей / відп. ред. О. О. Тараненко. – К. : Вид. центр КНЛУ, 2009. – С. 62-65.
15. Фрумкина Р. М. Психолингвистика: учеб. пособие / Р. М. Фрумкина. – М. : Академия, 2001. – 320 с.
16. Школяренко В. І. Становлення фразеологічної картини світу німецької мови (на матеріалі писемних пам'яток VIII – XVII століть): [монографія] / В. І. Школяренко. – Суми : СумДПУ ім. А. С. Макаренка, 2008. – 316 с.

Семенюк І. С.,

Житомирський державний університет імені Івана Франка, м. Житомир

## СТРУКТУРНО-КОМПОЗИЦІЙНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЕПОРТАЖУ З ЮРИДИЧНОЇ ТЕМАТИКИ

*В оглядовій статті розглянуто проблему таксономії репортажу з юридичної тематики, проаналізовано його структурно-композиційні характеристики та систематизовано сучасні підходи до класифікації репортажу з юридичної тематики відповідно до типологічних ознак сучасного газетно-публіцистичного інформаційного жанру.*

**Ключові слова:** структурно-композиційні характеристики, репортаж з юридичної тематики.

*В обзорной статье рассматривается проблема таксономии репортажа юридической тематики, проанализировано его структурно-композиционные характеристики, систематизировано современные подходы к классификации репортажа юридической тематики в соответствии с типологическими признаками современного газетно-публицистического жанра.*

**Ключевые слова:** структурно-композиционные характеристики, репортаж юридической тематики.

*The article deals with the problem of report texts on a legal problem taxonomy. Structural and compositional characteristics and modern approaches to the report texts on a legal problem based on typological features of modern printed media genre are discussed and generalized in the article.*

**Key words:** structural and compositional characteristics, report text on a legal problem.

Сучасні публіцистичні тексти, є з одного боку, поширеним засобом отримання членами суспільства соціально значущої інформації, а з іншого – об'єктом пильної уваги дослідників у сфері лінгвістики та суміжних з нею галузей науки. Інтерес до текстів газетної публіцистики пояснюється тим, що їхня спрямованість на масового адресата повно відбиває соціальний комунікативний потенціал інформації та прагматику мовлення [1; 2; 3]. Актуальність представленої статті зумовлено необхідністю дослідження та аналізу структурно-композиційних характеристик сучасного репортажу з юридичної тематики (РЮТ), як інформаційного жанру, що передбачає оперативну та яскраву розповідь про подію, ситуацію, явище пов'язане із фактом порушення закону. Ця розповідь очевидця або учасника події супроводжується суб'єктивними враженнями спостерігача та його спостереженнями і характеризується середнім рівнем суб'єктивного моделювання реальності інформації про злочинця. Залежно від предметно-тематичного змісту та функціонального призначення розрізняють наступні види РЮТ: спеціальний репортаж та репортаж-коментар [4, с. 198-203]. Докладніше зупинимося на кожному типі РЮТ та його структурній організації. Основними організуючими принципами структури тексту юридичного репортажу є: 1) цілісність; 2) зв'язність 3) розчленованість. Цілісність тексту визначається підрядністю його елементів авторському задумові. Вона пов'язана з його «вертикальним» членуванням, що полягає в структурованості змісту, в ієрархічності його елементів (текст при переході від однієї послідовної сходинки смислової компресії до іншої, «глибшої», кожен раз зберігає для реципієнта смислову тотожність). Розчленованість тексту забезпечується тим, що відпрацьовані певні норми початку та кінцівки для окремих стилів та жанрів. Зв'язність зумовлена членуванням інформації і втіленням її в тексті у формі взаємозв'язаних семантико-синтаксичних єдностей різного об'єму й рангу [5, с. 16].

Композиційно РЮТ складається за певною сталою схемою репортажного опису. Композиція репортажу має на меті визначити певний порядок розміщення спостережень автора, знайти внутрішні зв'язки між окремими явищами, процесами, предметами, встановити ступінь значимості кожного з намічених до зображення елементів. Розкриттю теми, зображуваного в репортажі явища, мають бути логічно підпорядковані окремі деталі та факти спостереження. Схематично РЮТ представляємо за наступною моделлю: *заголовок, початок репортажу (зачин)* – адресант вводить читача у курс події, що слугує привертненню уваги адресатів до матеріалу; *опис (текст)* – присутні різні відступи, діалоги з свідками, жертвами та працівниками правоохоронних органів, власне авторські враження. Саме ці елементи створюють у репортажі так званий ефект присутності; *кінецька репортажу* – підсумок або узагальнення авторських вражень, оцінок та думок [4, с. 142]. Заголовок аналізованого прикладу юридичного репортажу (*Defendant in 1981 murder sentenced to 9 to 18 years*) передає головну ідею, яка відтворюється у тексті, а саме, повторне засудження підсудного, якого визнали винним за вбивство у 1981 році. Зачин репортажу (*A judge on Wednesday sentenced a man to nine to 18 years in prison in a plea deal struck in the 1981 slaying of a teenager whose body was abandoned in a wooded area*) зацікавлює та привертає увагу читача до причини повторного ув'язнення на строк від 9 до 18 – розкриття убивства підлітка, яке сталося у 1981 році. В основній частині тексту репортажу адресант використовує різні прийоми для привертання уваги адресата до факту та причин повторного ув'язнення Джеймса Паула Фрея, який знаходиться у тюрмі з 1995 року за ненавмисне убивство. З метою введення читача у курс справи автор використовує хронологічне перерахування подій з моменту першого вбивства (1994) звинуваченого до повторного судового слухання від 17 липня 2011 року (*James Paul Frey had received a life sentence when he was convicted in 1996, but a state appeals court last year granted him a new trial. He is now 46 and has been in prison since 1995. He is serving a 5- to 10-year sentence stemming from a 1994 manslaughter case. Shortly before jury selection in his second trial was to begin on July 7, Frey pleaded no contest to third-degree murder and attempted rape in a plea bargain that capped his sentence at 10 to 20 years. Cassimatis also sentenced Frey to 5 to 10 years in prison on the attempted rape charge, which will run concurrently with the murder sentence*) [7]. Для того щоб показати справу об'єктивно, автор надає думку членів родини жертви, які вимагають найвищої міри покарання (*In the sentencing hearing, family members of the victim, 17-year-old Cheryl Smith, and prosecutor Chuck Patterson asked Judge Emanuel Cassimatis to deliver the maximum sentence*) та думку родини звинуваченого, які вважають його непричетним до

цієї справи (*Frey's family members insisted that Frey was wrongfully accused, and his defense attorney, Joanne Floyd, pinned the blame on John Amos Small, Frey's co-defendant in the first trial who is now on death row*). Закінчення репортажу нагадує «замкову конструкцію», що повертає читача до початку, до факту убивства та дійових осіб (жертва та злочинець), про яких йшлося у зачині (*The case went unsolved for 14 years until a state trooper working the cold-case file in 1995 connected the young woman's killing to another Hanover-area homicide for which Frey was convicted*). Таким чином, композиційна структура РЮТ зумовлена змістом, який є головним компонентом художньої форми, і підпорядковує не тільки різноманітні його змістовні елементи, але і додає всьому твору єдність та цілісність.

Основними видами юридичних репортажів є: спеціальний репортаж та репортаж-коментар. *Спеціальний репортаж* – містить опис репортером цікавої та важливої життєвої ситуації [6, с. 89]. Головне місце займає не оперативний мотив, а розкриття і доведення до відомо адресата нових і невідомих сторін розслідування злочину. В аналізованому прикладі спеціального репортажу юридичного жанру [8] йдеться про вбивство злочинцем, який розшукується поліцією, охоронця будинку для ветеранів (*A statewide all-points bulletin was issued Tuesday for the man suspected of stabbing to death a Yountville Veterans Home security guard. The hunt for 22-year-old Juan Jose Mendoza Hernandez began after Napa sheriffs deputies, armed with an arrest warrant charging murder, failed Monday to catch him at home where he had been staying in Napa*). У ході вивчення злочину автор спробував розглянути його з різних сторін. Перш за все, він уважно вивчив офіційні та неофіційні версії мотиву убивства (думка поліцейських та родичів загиблого) (*Investigators believe a taxi driver, who didn't speak Spanish, dropped Hernandez off a little before midnight on Aug. 3 at the veterans home security office where guard Manny Reyes, who spoke Spanish, was working. Reyes apparently agreed to give Hernandez a ride somewhere. Investigators would not speculate on a motive for the crime, but relatives said they were told items were stolen from Reyes. His former wife and other members of his extended family do not believe Reyes knew Hernandez*). Він також поцікавився думкою шерифа щодо можливого місця переховування злочинця («*We believe he may be headed either to the Stockton/Central Valley area or to Mexico*,» *Loughran said*) та дізнався про офіційний хід розслідування (*Napa County sheriffs Capt. Mike Loughran said several witnesses recognized Hernandez from a composite sketch released last week. He said investigators have also gathered information linking him to the crime. A Sheriffs Department strike team rushed to a house on the 2100 block of Russell Street in Napa on Monday afternoon, hoping to nab Hernandez, who had apparently been staying there. Loughran said Hernandez evidently fled several hours before officers arrived*). Репортер-адресант дає детальний опис злочинця та називає вартість винагороди людині, яка допоможе його упіймати. На основі зібраних автором даних, адресант має змогу побудувати свої міркування щодо причин скоєння злочину і одночасно бути більш обережним у спілкуванні із незнайомими людьми. Отже, в основі спеціального юридичного репортажу лежить актуальна подія – злочин. Автору важливо ознайомити читачів із результатами розслідування злочину, використовуючи різні ретроспекції, які відтворюють події. *Репортаж-коментар* – орієнтований на детальний коментар подій та фактів пов'язаних із порушенням закону. У ньому використовуються такі види коментарю: розширений – просторове роз'яснення факту; синхронний коментар – роз'яснення фактів до найдрібніших деталей; коментар фахівця – факт коментується професіоналом; полярний коментар – роз'яснення факту різними фахівцями, компетентними в цій області [4, с. 201-202]. У всіх цих випадках коментар у текстах РЮТ повинен обов'язково співвідноситись із описуваними подіями, пов'язаними із скоєним злочинцем.

В аналізованому прикладі [9] йдеться про події, які пов'язані із загадковими пострілами у Південному Чарльстоні, унаслідок чого протягом двох неділь загинуло три людини. При подачі матеріалу адресант звертається до різних видів коментарю з метою як найширше відобразити події, які пов'язані із злочинами, та дати можливість адресату проаналізувати інформацію та зробити певні висновки. Так, застосовуючи синхронний коментар, адресант роз'яснює, що саме можливе вживання наркотиків стимулювало злочинців до убивств в різний період (*Chief Deputy Phil Morris sent a group of sheriffs deputies to Campbells Creek on Monday to interview residents, and they learned of concerns about methamphetamine use in the unincorporated area where the victims of Thursday's two separate shootings lived and where one shooting occurred*). Усі коментарі злочинів зроблені на основі оперативної інформації, містять термінологічні одиниці, що допомагають проаналізувати ситуацію (*Chief Deputy; sheriffs deputies; methamphetamine; the victims; shootings*), проте розкривають характеру. Так, адресант, з метою розкриття причини скоєння цих злочинів, звертається за коментарем до начальника поліції, який вважає, що людина, яка скоїла ці злочини є наркоманом та має психічні розлади (*The people we talked to in Campbells Creek were concerned that this may be drug-related*,» *Morris said*). Наводяться полярні коментарі фахівців, що володіють високою інформаційною оперативністю, дають уявлення про злочин та хід розслідування (*No arrests have been made, nor is anyone in custody... Police are looking for a dark color Ford F-150 extended cap pickup.... However, authorities on Monday released a poster with that description and photos of pickup trucks similar to one witnesses said they saw near two of the shootings*). Коментарі жителів району, де відбулися злочини, вказують на те, що люди стурбовані. Так, власники іграшкових крамниць зняли з продажу снайперські відео ігри, сподіваючись, що це допоможе громадськості (*We have not made a corporate decision to remove these games from our store shelves*,» *she said*. «*Individual store managers made a decision based on what they feel is right for the community*). Отже, юридичний репортаж-коментар містить інформацію, яка надає певну оцінку новинам та подіям, трактує можливий мотив злочину та допомагає адресату проаналізувати і відтворити загальну картину убивств. Таким чином, розглянувши різні види РЮТ, ми можемо відзначити, що він класифікується за предметом зображення і функціональним призначенням (спеціальний репортаж та репортаж-коментар), зберігає інформаційну природу навіть тоді, коли у ньому наявні елементи аналізу.

**Література:**

1. Барманкулов М. К. Журналистика для всех. (Общность и специфика жанров печати, телевидения и радиовещания). – Алма-Ата : Казахстан, 1979. – 320 с.
2. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики. – К. : Видавничий центр «Академія», 2004. – 344 с.
3. Бедь В. В. Юридична психологія. – К. : МАУП, 2004. – 436 с.
4. Ким М. Н. Репортаж: технология жанра. – СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2005. – 224 с.
5. Наер В. Л. Прагматический аспект английского газетного текста // Коммуникативные и прагматические особенности текстов разных жанров: Сб. науч. тр. – М. : Моск. гос. пед. ин-т им. М. Тореза. – 1981. – Вып. 178. – С. 106-114.
6. Тertyчный А. А. Жанры периодической печати. – М. : Аспект Пресс, 2000. – 312 с.
7. [http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2006/06/07/AR2006060700991\\_pf.html](http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2006/06/07/AR2006060700991_pf.html)
8. [http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/discussion/2006/07/19/AR2006071900642\\_pf.html](http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/discussion/2006/07/19/AR2006071900642_pf.html)
9. [http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2006/05/30/AR2006053000858\\_pf.html](http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2006/05/30/AR2006053000858_pf.html)

Сербін С. М.,

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ

## ІНТЕРВ'Ю В ПРЯМОМУ РАДІОЕФІРІ

*У статті узагальнюються основи соціальних аспектів теорії рефлексивності при проведенні інтерв'ю в прямоефірному радіомовленні. Завданням цієї статті є спроба визначення форм поєднання теорії рефлексивності з практикою інтерв'ювання в реальному часі мовлення.*

**Ключові слова:** теорія рефлексивності, імплікація, маніпулятори і активізатори, енергетичне поле, контакт, обмін інформації, семантичний шум, коридор реальності, парадигма.

*В статье обобщаются основы социальных аспектов теории рефлексивности при проведении интервью в прямом эфирном радиовещании. Задачей этой статьи является попытка определения форм сочетания теории рефлексивности с практикой интервьюирования в реальном времени вещания.*

**Ключевые слова:** теория рефлексивности, импликация, манипуляторы и активаторы, энергетическое поле, контакт, обмен информацией, семантический шум, коридор реальности, парадигма

*This article summarizes the basic social aspects of the theory of reflectivity which occur during interviews in live radio broadcasting. The objective of this paper is to attempt to determine the forms of integration between the theory of reflectivity and the practice of interviewing in live broadcasting.*

**Keywords:** theory of reflectivity, implication, manipulators and activators, energy field, contact, exchange of information, semantic noise, corridor of the reality, paradigm.

У своїй повсякденній діяльності, журналістам не так просто пристосувати поєднання своїх знань, набутих у вищих до потреб швидкого реагування на ситуації, що виникають в практиці проведення інтерв'ю під час прямого радіоефіру. Характерною рисою сучасного прямоефірного мовлення є збільшення повсякденної мотивації звернення до людей, перетворення їх із пасивного слухача в активного учасника інтерв'ю. Радіослухачі стають все більше обізнаними з прийомами інтерв'ю, оскільки ця форма співбесіди широко використовуються сьогодні в різних сферах інформаційного суспільства: при працевлаштуванні, при тестуванні на детекторі брехні, при допиті у слідчо-правових органах, при сповіді, при виборі об'єктів купівлі та оренди нерухомості, при інтерв'юванні імміграційними службами та в агенціях знайомств і шлюбу, туристичного бізнесу і т. д. Особливістю інтерв'ю в радіомовленні є те, що в ньому відображається вербальне спілкування вільних людей, які не обтяжені страхом, не підкорені підлеглістю волі чи смиренністю, а прагнуть до творчості, схильні до пошуку істини та ентузіазму у вирішенні проблеми і правдивому її висвітленні.

Інтерв'ювання в радіожурналістиці базується на законі рефлексивності інформаційного суспільства і постійно діючих тенденціях збереження позитивної енергетики особистостей (талантів) при обміні інформацією, що складаються у відносинах між учасниками вільного вербального спілкування, з метою отримання і передачі в зовнішнє середовище відповідної інформації (новин), що публікується без будь-якого редагування і монтажу. Інтерв'ю – це процедура обміну інформацією, яку розглядають як самостійний жанр спілкування між двома співрозмовниками: перший – це інтерв'юер, і другий – інтерв'юї – той, в кого беруть інтерв'ю.

Інтерв'юер разом з інтерв'юї відпрацьовують спільне бачення «єдності світу», або його частини, в той же час як інтерв'ю стає в центрі їхнього спілкування. Вони формують єдину позицію в розумінні формули співбесіди на основі «питання – відповідь» і визначають можливості подальшого поширення інформації, завдяки виробництву і обміну різноманітних продуктів суспільного мовлення, тобто передбачають подальший кругообіг новин із збереженням ексклюзивності і авторських прав радіокомпанії. Інтерв'ю на живо базується на обміні інформацією і може проводитися у студії, в мобільних (польових) умовах, або за допомогою телефону. Під час інтерв'ю, мозок слухача спрямований на отримання і оновлення інформації, абсорбування, обробку і сортування новин і всього того, що його цікавить і дозволяє розміститися в осередках людської пам'яті, об'єм якої за своєю потужністю якої перевищує 228 тис Кбітів [8]. Вчені доказують, що людський мозок, ще недостатньо вивчено, але його потужності використовуються лише на третину. Тому тренування мозку, його короткої та довготривалої пам'яті вимагає проведення повсякденних вправ не тільки по гігієні тіла, але й душі. Людський мозок здатний вибирати для користування лише ту новину, яку особа до моменту прослуховування не знала, цікаву і потрібну для обробки інформацію. Здатність мозку засвоїти лише потрібну інформацію диктує необхідність учасникам інтерв'ю позбавитись від непотрібних запитань і відповідей, щоб не засмічувати його інформаційним сміттям.

Змістовий контент слів «спільно» і «спілкування» є однокореневим і базується на єдності парадигми способу мислення, реагування на почуте та набутий досвід рефлексії і оперативного реагування на сприйняття інформації. В ході інтерв'ювання різних за своєю типологією талантів інтерв'юер повинен спрямовувати гостя програми на спілкування в позитивному енергетичному полі обміну інформацією. При формуванні позитивного енергетичного поля спілкування створюються сприятливі умови для найбільш ефективного обміну інформацією під час інтерв'ю. Імплікація в залежності між учасниками програми підтверджується формулою математичної логіки і показує, що якщо реального обміну інформацією під час спілкування не відбулося, то фактичного інтерв'ю не сталося: інтерв'юер  $\Rightarrow$  інтерв'юї = інтерв'ю. Імплікативна залежність у взаємовідносинах між учасниками інтерв'ю характеризує ставлення їх один до одного. Це ставлення відображає їх зусилля в напрямку або маніпулювати людиною, або активізувати її. Маніпулятори, як засіб спілкування проявляються у використанні таланту людини для висловлення ним бажаної для інтерв'юера думки (штурмувати уряд, наш уряд найкращий, смерть – це добре і т. д.), але можуть носити і зворотній характер у випадках, коли інтерв'юї зловживає ефірним часом

в корисних цілях. Люди не люблять, коли їх використовують, тобто маніпулюють ними, але вони позитивно ставляться, коли їх просять про допомогу, що дозволяє активізувати спілкування під час інтерв'ю. Як засоби маніпуляції так і активізації можуть застосовуватися з боку всіх учасників інтерв'ю. Інтерв'юєр робить вибір у ставленні до свого співрозмовника не як до тупої і бездумної істоти, а як до живої і одухотвореної людини. Він повинен домовитись сам із собою про ставлення і відносини з інтерв'юю. Якщо інтерв'юєр здійснює постійний енергетичний тиск на іншу людину, або вона тисне на нього, то ця особа, мимоволі, в коридорі реальності прийме зворотній енергетичний вплив. Створюючи енергетичні коридори, інтерв'юєр надсилає через них позитивну енергетику, інакше він буде отримувати зворотні енергетичні удари. Інтерв'юєр може зруйнувати цей коридор і звільнитися від впливу інтерв'юю. І якщо такий коридор виникає в реальності, то учасники інтерв'ю відразу ж відчують енергетичний або емоційний резонанс, який дозволить їм контактувати між собою. Для збереження позитивного поля проведення інтерв'ю інтерв'юєр повинен володіти навиками:

- перефразування негативних заяв (з часткою «не») у позитивні, що її уникають;
- виходу із складних ситуацій за заготовленими сценаріями;
- чітко висловлювати мету та узагальнювати досвід висвітлення актуальних проблем на основі вибору найбільш правильного рішення із спектру існуючих альтернатив.

Прикладами збереження інформаційного контенту при перефразуванні негативних заяв в позитивні є:

Негативні заяви	Перефразування негативної заяви в позитивну
Я не хочу жити в суспільстві, де існує цензура.	Я хочу жити в суспільстві, де дотримується свобода слова.

Правильний вибір і визначення інтерв'юєром альтернатив виходу із складних ситуацій, вміння їх передбачити і реагувати на них є важливим важелем у досягненні успіху радіопроеграми. Для цього редакція прямофірного мовлення відпрацьовує відповідні журналістські заготовки по зменшенню впливу негативу і нормалізації ситуації в студії (переключення ведучих програми на обмін думками між собою, застосування методу приглушення мікрофону, вихід на рекламу і т. д.). Якщо між учасниками інтерв'ю не виникає спільного порозуміння, то припиняється обмін інформацією, остання перестає нести в собі будь-який зміст, а наслідком програми може стати конфлікт, або скандал. При скандалі обмін інформацією перетворюється на обмін емоціями. Розряд різноспрямованих енергетичних полів учасників інтерв'ю може призвести до емоційного вибуху між ними. Завдання інтерв'юєра полягає в обмеженні наростання негативного поля спілкування, яке може обумовлюватись:

- необґрунтованою амбітністю, високо мірністю, марнославством журналіста;
- невідповідність між повагою і гідністю та завищеною самооцінкою інформаційного продукту;
- пасивністю, відсутністю мотивації і зацікавлення в проведенні інтерв'ю.

Переважає більшість журналістів в пошуках хороших співрозмовників керуються десятьма заповідями Дейла Карнегі, висловленими його книзі «Як здобувати друзів і впливати на людей» [3]. Проте безпосереднє перенесення американської формули успіху в українську журналістику не збагатило її хорошими інтерв'ю. Скоріше навпаки – сліпе слідування вимогам американського вченого про налагоджування контакту між співрозмовниками завдяки пристосуванню, посмішці, прагненню сподобатись, дотримуванню дисципліни, бути привабливим – не дозволяє інтерв'юєру зрозуміти, що встановлення контакту під час інтерв'ю є не його ціллю, а результатом. В інтерв'ю, як і в танго участь беруть двоє, один із яких є ведучим в танці. Дві особи, які пробують підняти колоду без знання про підпорядкування між ними звальють її на підлеглого, який не може будувати зворотній контакт. Інтерв'юєр, який лише пробує налагодити контакт, не досягнувши зворотної позитивної реакції, не зможе провести успішне інтерв'ю, бо однобічний контакт – це не свобода, а творити можуть лише вільні люди. Раб творити не може. Розуміючи це, в сучасній українській журналістиці розробляються світські ідеології формування ілюзії свободи, впровадження яких передбачає залучення до інтерв'ю малоосвічених і не кваліфікованих остарбайтерів з країн СНД, не здатних встановити контакт із співрозмовником на високому інтелектуальному і енергетичному рівні. Причиною відсутності контакту між учасниками інтерв'ю можуть стати розбіжності в коливаннях частот їхнього біополя. Завдяки появі резонансу між частотами коливання амплітудних і модульних біополів в часників інтерв'ю формується контакт між ними.

Завдяки встановленому контакту здійснюється обмін інформацією в процесі проведення інтерв'ю. Інтерв'ю виникає як наслідок обміну енергії, закладеної в інформації. Цей обмін енергії відбувається аналогічно тим прикладам, які відомі в природі: обміну речовин у забезпеченні енергетичних потреб людського організму, що характеризується рівнем її споживання з їжею; синтезу органічних речовини в тілі людини завдяки перетворенню сонячної енергії, здатної підтримувати його існування; синтезу білків, обміну речовин і енергії в клітині, що забезпечується перенесенням інформаційного коду генами ДНК і РНК. Розгляд соціального аспекту такого енергетичного обміну для кожної конкретної особи засвідчують про можливість отримання наслідків енергосинтезу від роботи по місцю працевлаштування, від спілкування з Богом, від спілкування з іншими людьми, від заняття спортом і т. д. Відсутність контакту між співрозмовниками може виникати з причини відсутності енергетичного підживлення чи відключення від джерел учасників інтерв'ю. Не дивлячись на те, якими б здібностями не володів інтерв'юєр, навряд чи йому вдалося провести інтерв'ю з аскетом чи відлюдником, які по своєму характеру не є компанійськими людьми – особами, що віддають енергію. Про людські можливості акумулювання енергетичного потенціалу в умовах усамітнення образно висловився Фелікс Дзержинський, який за свідченнями очевидців говорив, що він взагалі не розуміє людини, яка не сиділа в одиночній камері [7, с. 37]. В сучасному світі, соціальні аспекти усамітнення проявляються в так званій штучній еліонізації людини, яка самотужки за допомогою цифрової техніки і комп'ютерів формує своє інформативне поле, ізолюючи свої відносини в обміні інформацією з навколишнім середовищем, створює свій мікросвіт, припиняючи стосунки з громадою (включно з колегами по роботі, сусідами, або родичами).



Сучасне інформаційне суспільство прискорює подвоєння обсягів інформації, яке невдовзі буде відбуватися в межах тижня. Для порівняння зазначимо, що перше подвоєння інформації відбулося в період від народження Христа до часу Леонарда Давінчі (майже 14 століть). Тобто, якщо раніше обсяги інформації подвоювалися протягом сотень років, а на початку XX століття подвоєння інформації відбувалося за десятки років, то сьогодні потік інформації зростає набагато швидше, ніж ріст населення і валовий суспільний продукт. Опрацювати зростаючу кількість аудіо інформації людина в змозі лише із використанням переваг цифрової і інтернетної мережі мовлення, до якої вона проявляє все більшу свою залежність, оскільки спілкування із зовнішнім світом відбувається через посередництво комп'ютера [5, с. 97-98].

Перехід радіомовлення на цифровий формат веде до збільшення обсягу ефірного часу у десятки разів, що викликає нагальну потребу у наповненні його інформаційним продуктом. Міжнародний досвід провідних радіокомпаній світу показує, що одним із шляхів наповнення інформаційним продуктом збільшеного в часі ефіру є необхідність розширення виробництва програм наживо і інтерв'ю зокрема [4]. Не дивлячись на те, що пряме ефірне інтерв'ю є самостійним видом інформаційного продукту, воно також може розглядатися в якості джерела і додаткового ресурсу для виробництва різножанрових аудіо матеріалів. Редагування інтерв'ю проводиться з метою відбору новини – в уривках (голосових вставках) для виробництва репортажу, нарису, документарю чи бліцопитування.

Роз'яснення теоретичних засад поняття інтерв'ю в медіа базується на розумінні трьох його основних компонентів, дотримання яких характерне для існування комунікаційних систем:

- «семантичний шум»;
- «коридор реальності»;
- парадигма.

Всі ці три категорії широко використовуються різними науками, включно з філософією, кібернетикою, інформатикою, лінгвістикою та журналістикою. Особливо явно це спостерігається в ситуаціях, пов'язаних з прямим радіоефіром, де між учасниками інтерв'ю виникає непорозуміння з приводу висловленої і почутої інформації.

Проблема семантичних шумів при незалежному мисленні відображена в дослідженнях Л. Блумфілда (1933), Н. Чомскі (1957-60). Лінгвістичним аспектом цієї проблеми займалися Ф. Лоунсбері, Д. Катс (1972), Макі, Крісті та Льюс (1966). Семантичні шуми вивчають перешкоди, які виникають при сприйнятті смислової сторони інформації, що подається в речником, а також ускладнюють і знижують ймовірність адекватної реакції (відгуку) між усіма учасниками програми і слухачами [1]. До семантичних шумів можна віднести такі перешкоди як недовіра, лозунги і пропагандистка, мовне розвільнення, ухилення від відповідей, невияснена заява, незрозумілий зміст, перебивання своєї та чужої думки, самокорегування незакінченого речення, самовиправлення, корекція і повторення слів, застосування слів-паразитів, заїкування, паузне складання слів у речення, незакінчені речення, відсутність плинності в мові, надмірне прискорення мови, пропуск частини слова, невірні наголоси. Надмірність семантичних шумів призводить до утруднення обміну інформацією між учасниками спілкування в силу її різного сприйняття ними і неадекватного реагування на природний плин життя, його еволюцію, зміни картини в будові світу, кожен фрагмент якої може стати в центрі інтерв'ю.

Враховуючи багатовекторну дію семантичних шумів, проведення інтерв'ю слід обмежити рамками дії т. з. «коридору реальності» в якому враження від почутого повинні дотримуватись загальноприйнятих принципів етичних норм поведінки та мережевого спілкування. Описання сучасної картини світу з точки зору її ускладнення і диференціації стає все менш доступною для отримання публічної інформації. В цих умовах не відбувається зведення контекстів співрозмовників, що сприяє зародженню нових теорій, містики і міфів. В середині людини існує дві особи: одна із яких – думаюча, а друга – доказова (тлумачна). В процесі інтерв'ю доказова істота всередині інтерв'юї присипляється, оскільки в цьому випадку вона буде доказувати собі те, що їй уже відомо, а інтерв'юер отримує передбачувану відповідь на своє запитання. Інтерв'юер, в свою чергу не повинен вживати інтерв'ю як засіб доказовості чи перевірки на точність відповідей на ті питання в яких він передбачує власні висновки. Інтроверт, переважно, самостійно обдумує свою ідею і в слух доказує її, розмовляючи сам із собою. Людина, яка не має потреби в спілкуванні з собою зосереджена на соціальному замовленні і тоді вся вхідна інформація інтерпретується з ухилом на досягнення соціальних амбіцій, які звужують коридор можливих рішень. Засобами, які б могли сприяти розширенню цього коридору є:

- вміння створювати дещо нове, чого раніше в природі не існувало;
- глобальне і широкомасштабне мислення, вміння оперувати нечіткою множиною фактів;
- розширення живого спілкування, яке приближає до реальності;
- знання меж свідомості і вміння розсовування енергетичних кордонів.

Сучасне моделювання інтерактивного спілкування із слухачем під час проведення інтерв'ю піднімає стандарти інформаційного продукту прямоефірного мовлення, хоч деякі з них все ще залишаються поза межами конкуренції і не зацікавлюють аудиторію. Фактично, часами інтерв'ю може викликати у слухача байдужість і нудьгу. Модель одного із таких інтерв'ю називається «пінг-понг» і працює по формулі «питання-відповіді між одним інтерв'юером і декількома талантами»: інтерв'юер – талант 1 – інтерв'юер – талант 2 – інтерв'юер – талант 3 і т. д. Інтерв'юеру належить створити різноманітні і неповторні моделі спілкування, які б формували слухачький інтерес. Зробити це дозволяє вдале маніпулювання з такими програмними засобами, як нарощування темпу, довжиною речень, протяжністю цитат (синхронів) та аудіо ефектів, різними варіантами ідентифікації і самопредставлення талантів та ідей і т. п.. Наприклад, не будьте рабом обставин регулярного представлення особи перед тим, як вона починає говорити, залишіть звучання голосу без пояснення і не названим, що стає звуковим сигналом того, що буде вияснено пізніше, вживайте різкий голос для передачі настрою. При великій кількості, задіяних талантів в інтерв'ю найкраще вживати модель «круглого столу», в якій кожна особа представляє і

ідентифікує сама себе. Вибір є дуже великим і залежить від уяви інтерв'юера. Слухач не завжди може оцінити його кмітливість та винахідництво у перетворенні непередбачуваної ситуації в оригінальну. Основні вимоги до техніки проведення інтерв'ю:

- мовчазна повага та довіра;
- активне слухання;
- емоційність.

Після того, як інтерв'юер сформував свою уяву послідовного висвітлення окремих елементів інтерв'ю, він повинен використати всі можливі засоби для того, щоб разом із учасниками співбесіди визначити структуру і проаналізувати послідовність її логічної побудови. Ця модель називається «виявлення головної ланки». Відповідно до цієї моделі інтерв'юер постійно обходить перескакування від одного із експертів і талантів до іншого, а також навколо ідей чи проблем, які долучені до інтерв'ю, оскільки це викликає непорозуміння. Неструктуроване спілкування по напрямках інтерв'ю буде мати зв'язок з різними джерелами інформації, підкріплюватися серйозними аргументами фахівців. Коли інтерв'юер визначив структуру, мету і задачі інтерв'ю, то він спів вставляє точки зору і логіку коментарів однієї особи із думкою іншої і відпрацьовує запитник.

Інтерв'ю за формулою «добре запитання = добрій відповіді» вимагає від інтерв'юера великих зусиль у постановці лаконічних запитань у формі реагування на почуту і сприйняту інформацію. Довгі, наравтивні запитання, без ув'язки з попередньою інформацією, призводять до переключення каналів обміну її надходження і знижують рівень зацікавленості радіослухача. Відома австралійська журналістка виграла престижну премію імені Воклі за інтерв'ю з Ясиром Арафатом, якому вона задавала лише одне запитання – чому. Окремі інтерв'юери, прагнуть вживати інтерв'ювання для того, щоб скористатися нагодою проявити свою обізнаність темою і перерахують матеріали підготовані інтерв'юї. При цьому інтерв'юер може потрапити в ситуацію, коли він, перерахуючи такі матеріали не завжди дотримується достовірності відображення фактів. Він може витратити багато часу на дослідження проблеми, добиваючись гарного настрою, уваги та довіри від інтерв'юї, старанно увійти в його становище, зробити спробу передбачення всього, що трапляється в їх середовищі і навколо них, записують подробиці зустрічей з його оточення, задають безконечні запитання фахівцям і після деякого часу журналісти починають задавати собі запитання «чому я просто не придумав це?». Це ж питання виникає і тоді, коли інтерв'юер опрацьовує масивні матеріали заповнені великою кількістю уривків, текстових підводок і звукових вставок. Чітко сфокусовані текстові заставки інтерв'юера вживаються для: ув'язки підводки до чергового запитання, формування бачення проблеми, представлення таланту, пояснення подробиць, визначення перехідної і кульмінаційної точки в історії. Текстові підводки до питання також можуть бути записаними у польових умовах, що називають стендапом. За їх допомогою виникає можливість підняти експресивність і доказовість фактів, що обговорюються в інтерв'ю.

Свобода проведення інтерв'ю в літературно – інформаційному стилі запозичується від новелістики, що дозволяє як найкраще розповісти правдиву історію, запевнити користувача інформації у реальностях сказаного. Для інтерв'юерів важливо:

- усвідомлювати, що вони разом із запитаннями у в'ясненні правди вносять культурні та психологічні надбання у кожній інформації;
- розуміти, що дії, про які розповідається, окресленні рамками світу у специфічному напрямку і відображають людей через відповідну призму;
- не втратити надію у спробах пошуку правдивого відображення світу та його змісту і зв'язках;
- при підготовці інтерв'ю, в якому подається велика кількість проблем, не слід пересікати лінію між фактом та фікцією, але якщо це відбулося в даному інтерв'ю, то цьому необхідно дати відповідну оцінку і констатацію.

Інтерв'ю буде успішним, якщо інтерв'юер:

- якомога краще підготується до теми інтерв'ю, або вивчить особливості співрозмовника;
- підготує конкретні запитання, але під час інтерв'ю не буде на них покладатися;
- забезпечить приємні умови для розмови;
- ставитиме точні запитання;
- завжди ставитиме лише одне запитання;
- ставитиме ті запитання, на які його співрозмовник дійсно зможе відповісти, і на які інтерв'юер не очікує передбачуваної відповіді.

Існує три типи запитань, які інтерв'юер може включити у свій запитник:

- питання, що заставляють згадувати;
- питання, що заставляють думати;
- гострі запитання.

Питання на обдумування надають можливість більш широко розкрити суть інформації і отримати оригінальну та неочікувану відповідь, тоді коли питання про згадування свідчать про здатність запам'ятовувати факти. Більшість інтерв'юерів починають спілкування із співбесідником із вправ на згадування подій. Гострі запитання, як правило, не подобаються інтерв'юї і тому він робить всі зусилля для того, щоб сформувати свій захист і закриває доступ до будь-якої інформації. Тому гострі запитання краще задавати тоді, коли інтерв'юї вже розкрився. У випадку, коли співрозмовник категорично не бажає подавати будь-яку інформацію інтерв'юер повинен бути здатний на провокацію для виклику відповідної реакції.

Парадигма позитивізму в інтерв'ю властива культурі української журналістики і вона належить до світогляду, який формується людиною в процесі її спілкування разом із поведінкою, поглядами, способом мислення і особливо самовираженням себе як особистості (наприклад – яким чином особа представляє себе під час інтерв'ю і в суспільстві з її захопленнями і уподобаннями: садок, автомобіль, сім'я і т. п.). Ситуативні питання інтерв'юера

дозволяють проявити відмінності в реакції одного, або групи співрозмовників на їх дії в коридорі реальності за умови дотримання вимог їх власної парадигми (наприклад: «обійти чергу»; швидке вирішення проблеми в хаосі; поведінка футбольної команди під час чемпіонату, національний футбол мав власні правила гри; дотримання родинних традицій, коли кожен знає своє місце за обіднім столом, або у автомобілі; жінки вибороли право служити у армії та на флоті; жінки отримали право голосування у виборах; позашлюбні діти і т. д.). Ознаками парадигми є:

В розумінні правди чи брехні – парадигма не виступає а ні правдою, а ні обманом, а є більш чи менш необхідною на даний момент інформацією (те, що може виступати справедливо для однієї особи може бути обманом для іншої). Масове сприйняття парадигми індивіда, як правди призводить до формування колективу однодумців, команди. Насильне насаджування парадигми індивіда на інших призводить до авторитаризму і диктатури. Парадигма перетворює, або забарвлює наше сприйняття, так як ми можемо дивитись крізь рожеві окуляри. Таке трактування парадигми дозволить дати відповідь на питання: чому водій який мчить по шосе не зауважує літака, що зробив аварійне приземлення на трасі? Чому водій, який сприйняв за образу оклик пасажирського попередження «свиня!» в момент, коли та переходила дорогу і не помилково зреагував на ситуацію, що спричинила ДТП? Чому Чіпка не досягнув успіху у пошуках однієї правди?

Поняття реального чи нереального в парадигмі означає, що правда для учасника інтерв'ю виступає критерієм його віри в те чи інше. Наприклад, деякі люди вірять в інопланетян, а деякі ні. Таким чином, віра в інопланетян є реальною для однієї частини людства та нереальною для іншої. Парадигму не можна розглядати як правильну чи помилкову. Учасники інтерв'ю повинні розуміти і поважати парадигми кожного для підтримки впевненості у спілкуванні. Міжнародна і українська новелістика дає багато прикладів, які підтверджують дане тлумачення парадигми, що дає відповідь на питання: Чому Анна Кареніна була певною в тому, що їй зрадив Вронський і чому Отелло вважав, що йому зрадила Дездемона?

Поняття можливого чи неможливого в парадигмі розглядається за принципом стійкості рекордів у спорті. Прикладом може стати подолання американським плавцем Майклом Фелпсом рекорду радянської гімнастки Лариси Латинініної, яка на протязі 48 років утримувала найбільшу кількість олімпійських медалей: 9 золотих, 5 срібних і 4 бронзових. Цей рекорд не міг подолати жоден спортсмен світу. На XXX літніх Олімпійських іграх в Лондоні американський плавець виграв свою 19 медаль (15 золотих, 2 срібних та 2 бронзових), чим перевершив рекорд радянської гімнастки. Парадигми застосовують відповідні правила у досягненні успіху на основі вірних передбачень (як прихованих, так і часами підсвідомих), що вимагають подолання бар'єрів та застосовування інновацій з метою досягнення успіху у межах цих обмежень.

Поняття цінного і без вартісного в парадигмі спілкування між учасниками інтерв'ю та слухачами характеризується прикладом зняття стереотипів між повноважними членами подружжя (розподіл обов'язків домашньої праці між чоловіком та дружиною і його оцінка з точки зору всіх членів родини). Багатокультурність трактування поняття парадигми дозволяє по різному оцінити факти споживання різного за походженням м'яса у різних народів світу. Зокрема, забій корови на м'ясо з точки зору українця є цілком допустимим явищем і абсолютно кримінальним з позиції – індійця. Корейці цілком нормально ставляться до використання собаки в якості одного із продуктів харчування на відміну з будь-якими іншими європейськими націями, які не їдять собачатину і не вбачають в собаках лише їжу. Аналогічна різниця в поглядах на кенгуру між австралійцями та іншими народами. Людина може щиро сказати: «Я люблю кенгуру», і кожен з двох слухачів (один австралієць і другий українець) зрозуміє його правильно, але кожен при цьому може зберегти цю інформацію у своєму мозку під зовсім різними категоріями. Один може подумати, що промовець любить їсти кенгурятину на обід, а інший – що той любить споглядати за кенгуру в зоопарку чи відкритій природі.

Аналіз наукових підходів до вивчення проблеми рефлексорності в прямоефірному інтерв'ю дозволяє зробити важливі **висновки**. В умовах впровадження цифрового мовлення основну увагу слід приділяти проведенню таких інтерв'ю, які базуються на імплікативній залежності оцінки здатності до встановлення контакту між учасниками спілкування в живому ефірі з метою обміну інформацією. Важливо наголосити, що впорядкування проведення інтерв'ю дасть можливість усунути появу семантичних шумів, перешкоди по встановленню коридору реальності та формувати позитивні реакції в межах парадигми.

#### Література:

1. Bloomfield L., Language. – New York/Hold, 1933.
2. Гудман С., Хидентиєми С. Введение в разработку и анализ алгоритмов. – Москва : Изд. Мир, 1981. – 368 с.
3. Дейл Карнегі. Як здобувати друзів і впливати на людей (англ. «How To Win Friends and Influence People»). – К. : Вид-во Країна Мрій, 2011. – 456 с.
4. Лесных Е. Социально страшная «цифра» [Електрон. ресурс] // Новости Луганской области. – Луганськ, 2012. – 11 квіт. – URL: <http://v-variant.lg.ua/articles/42044-socialno-strasnaya-cifra.html>.
5. Сербін С. М. Інформаційний продукт новітніх медіа. // Наукові записки Інституту журналістики. – Том 46. – 2012. – С. 92-97; [електрон. ресурс] : [http://www.nbu.gov.ua/portal/soc\\_gum/nzizh/2012\\_46/Serbin.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/nzizh/2012_46/Serbin.pdf)
6. Timothy F. Brady, Talia Konkle, George A. Alvarez and Aude Oliva\*Visual long-term memory has a massive storage capacity for object details. PANAS. April, 2008: <http://www.pnas.org/content/105/38/14325.full> [електрон. ресурс]
7. Фельштинский Ю. Г. Вожди в законе. – М. : Terra, 2003. – 369 с.

Смоляна А. Л.,  
КУ ім. Б. Грінченка, м. Київ

## СЕМІОТИЧНИЙ ХАРАКТЕР МАКРОСТРУКТУРИ РЕКЛАМНОГО БЛОКУ СУПЕРОБКЛАДИНОК АНГЛОМОВНИХ КНИГ

*Стаття присвячена дослідженню семіотичної природи рекламного блоку на суперобкладинках англomовних книг. Визначається поняття креолізованого тексту та його роль в здійсненні прагматичного впливу на адресата.*

**Ключові слова:** креолізований текст, інтерпретація тексту, код, вербальні та невербальні засоби комунікації.

*Статья посвящена исследованию семиотической природы рекламного блока англоязычных книг. Определяется понятие креоллизованного текста и его роль в осуществлении прагматического воздействия на адресата.*

**Ключевые слова:** креолізованный текст, интерпретация текста, код, вербальные и невербальные средства коммуникации.

*The article is devoted to the research of semiotic nature of advertising block of English books. The term «creolized text» and its role in pragmatic effect on the addressee are determined.*

**Key words:** creolized text, text interpretation, code, verbal and nonverbal means of communication.

Рекламні тексти відносяться до текстів масового впливу та покликані забезпечити волюнтаривну функцію, тобто досягнення перлюкутивного ефекту взаємодіючи з реципієнтом.

Звертаючись до рекламних текстів книжкової продукції, зрозумілим є те, що їхнє головне завдання полягає у забезпеченні читачу оптимальних умов для розуміння та інтерпретації повідомлення. В структуруванні рекламних текстів використовуються різні коди семіотичних систем, тому таке рекламне повідомлення представлено семіотично неоднорідним текстом, включаючи вербальну та візуальну інформацію. Такий текст відносять до креолізованого (паралінгвістичного). Дослідження таких семіотичних утворень в макроструктурі рекламного блоку на суперобкладинках англomовних книг є

об'єктом даної статті.

До питання аналізу мовного та іконічного середовища рекламних текстів зверталися О. Є. Анісімова [1] (досліджувала лінгвокультурні особливості рекламних текстів), Н. С. Валгіна [2] та А. П. Загнітко [4] (відношення між вербальним та невербальним компонентами), І. П. Мойсеєнко [6] (прагматичний аспект креолізованих текстів) та інші мовознавці.

Мета статті полягає у з'ясуванні взаємодії вербального та невербального компонентів рекламних міні-текстів на суперобкладинках англomовних книг та їх значення в досягненні прагматичного впливу на адресата (читача). Мета передбачає такі завдання:

- визначити поняття «креолізований текст» та дослідити його природу;
- проаналізувати рекламні міні-тексти на суперобкладинках англomовних книг з точки зору наявності вербальної та невербальної складових;
- дослідити семіотичний характер структурних компонентів рекламних текстів.

Креолізований текст визначають як ілюстрований текст, в якому вербально виражена інформація сполучається із зображенням; вербальні й зображувальні компоненти утворюють візуальне, структурне, змістове і функціональне ціле, яке забезпечує комплексний, прагматичний вплив на адресата [3, с. 159-160]. Іконічна та словесна складові взаємодіють і доповнюють одна одну, спрямовуючи рекламний блок на досягнення комунікативної мети.

Ці дві частини креолізованого тексту мають різну функціональну спрямованість: можна припустити, що обидві вони є нерівноправними залежно від завдань, які виконує текст, від його приналежності до тієї або іншої комунікативної сфери, від комунікативних навичок й умінь комунікаторів [5, с. 148]. Тому питання співвідношення у рекламі на суперобкладинках книг вербальних (заголовки, анотація, відгуки читачів) і візуальних (ілюстрація, колір, шрифт, фотографія) компонентів неодноразово привертало увагу дослідників мови реклами, оскільки визначення міри наявності того чи іншого компонента, ступінь їх функціональності у рекламному тексті обумовлюють особливості аналізу реклами як лінгвістичного явища.

Для успішного функціонування реклами визначальною є вербальна складова рекламного тексту. Саме вербальний текст уточнює побачені нами візуальні образи, скеровує наше сприйняття у потрібному напрямку. Додавання візуального компоненту в рекламний текст призводить до перебудови смислового коду реципієнта, що сприяє розширенню концептуального поля, а отже, відбувається збільшення можливостей інтерпретації тексту. Отже, як зазначає В. В. Зірка, візуальна складова реклами так само, як і словесний текст, відіграє винятково важливу роль, оскільки має більше можливостей привертати увагу споживача, ніж текст.

Існують різні види відношень між вербальними та невербальними компонентами рекламного тексту, тобто тексти з частковою креолізацією та тексти з повною креолізацією [1, с. 2]. Переважна більшість рекламних повідомлень на суперобкладинках представлена текстом з повною креолізацією, коли семіотичні системи, що складають його, є взаємообумовленими. [7, с. 48]. Візуальна частина реклами здатна як проілюструвати вербальну інформацію, так і додати їй більше образності, виразності, навіть переконливості, а в багатьох випадках у сполученні з вербальним компонентом створити нові додаткові смисли. При цьому візуальний ряд здатний не тільки миттєво привертати увагу адресата, але й швидко передати більшу частину закладеної в ньому інформації без прочитання тексту [5, с. 131].

Вербальні та невербальні компоненти рекламних текстів англomовних книг становлять візуальне, змістове та функціональне ціле, яке забезпечує реалізацію основної мети реклами. Композиційна структура створюється певними комбінаціями та транспозиціями вербальних та невербальних компонентів, їх розташуванням один щодо одного, особливостями мовного наповнення, можливістю пропуску того чи іншого компонента, тощо. Важливим для розгляду рекламного повідомлення як особливого виду тексту є визначення ролі невербальних компонентів під час мовного аналізу рекламного тексту.

Взаємовідношення вербальних і невербальних засобів рекламного тексту розглядаються з різних сторін. В. А. Халебський досліджує взаємозв'язок заголовка, тексту та ілюстрації з точки зору прагматичного ефекту, виробленого даним комплексом. У його роботі [8] розглядаються типи зв'язків між вербальними та візуальними складовими рекламного тексту, серед яких виділяються референтні, асоціативні та референтно-асоціативні зв'язки. Референтна ілюстрація безпосередньо зображує об'єкт реклами; асоціативна співвідноситься з заголовком і текстом опосередковано, викликаючи у читача певні почуття, думки, спогади. Як правило, реклама використовує змішаний тип зв'язку між компонентами рекламного тексту. Це змушує реципієнта прочитати текст, щоб усвідомити асоціативний сенс ілюстрації.

Л. С. Винарська, розглядаючи інформаційну структуру рекламного тексту, також відзначає його комплексний, полікодовий характер. «Паралінгвістичні елементи, що включають іконічні компоненти (фотографії, малюнки, колір, макетування) і графічний, у складі якого функціонують параграфемні елементи, вступають в складну взаємодію з вербальним компонентом і створюють єдині інформаційні комплекси вербально-невербальної природи. З цієї причини в центрі дослідження стоїть цілісний текст, що розглядається як система комунікативних елементів, об'єднаних в єдину замкнуту ієрархічну семантико-сміслову структуру загальною концепцією чи задумом автора» [3, с. 28-29]. Таким чином, вербально-невербальний комплекс елементів рекламного тексту утворює макроструктуру, всередині якої взаємодіють різні компоненти з обумовленими домінантними засобами волюнтаривного характеру. Відповідно, невербальні компоненти рекламного тексту включаються в структурно-композиційний план тексту: заголовний комплекс, ілюстрацію, корпус основного тексту, заголовок.

Паралінгвістичні засоби виконують різні функції в рамках рекламного тексту:

- а) стилеутворюючу функцію;
- б) ритмоутворюючу функцію (візуальні елементи служать засобом зорової паузації тексту і задають ритм прочитання тексту);
- в) текстоутворюючу функцію (беруть участь у формуванні змістової і композиційної організації рекламного тексту). Так, зображення півника на обкладинці книги несе інформацію про те, що вона була видана Bantam Books («bantam» – розм. «півень», «забіяка»). Зображення півника з гаслом видавництва «*The Bestsellers come from Bantam Books*» проголошує перевагу видавництва над своїми конкурентами. Отже, провідною тут виступає стилеутворююча функція. У рекламному тексті шрифт служить засобом тематичного контрасту. Маркована жирним шрифтом частина є підзаголовком певної інформації, що виокремлює книгу серед інших та повідомляє про користь. Текст, набраний у звичайній манері, розповідає про зміст таких підзаголовків. Це може бути своєрідна рекомендаційна анотація, відгуки чи опис змісту книги. Розглянемо приклад.



(The Real Estate Expert Witness: The Practice Guide for the Effective Professional, by E. J. Ricketts).

Увага до книги привертається в даному прикладі виокремленим заголовком анотації, визначаючи цільову аудиторію даного товару, та втілюється функція переконання у фразі «*a must read*», на якій акцентується увага реципієнта засобом зміни шрифту. Текст звичайним шрифтом розкриває зміст та ключові питання. Завершальна фраза жирним шрифтом ще раз підкреслює призначення книги та її користь «само для тебе».

Природа сьогodнішньої книжкової реклами видається ще складнішою в порівнянні з теле- та радіорекламою, з огляду на те, що вона є не тільки синтезом візуальних та вербальних елементів, а й характеризується жанровим розмаїттям складових її словесної частини. Принцип об'єднання міні-текстів різної стильової та жанрової спрямованості в один рекламний блок особливо характерний для англomовної книжкової реклами, в зразках якої можна зустріти одночасно і рецензію та відгук приватної особи, і анонс на екранізовану версію твору. Окремі тексти в системі зазначеного блоку є повідомленнями різного характеру і з точки зору їх комунікативної спрямованості. Серед них зустрічаються як інформаційні, так і переконуючі тексти. В блок включаються всі три типи книжкової реклами – видавнична, авторська та читацька. Дані міні-тексти взаємодіють всередині макроструктури рекламного блоку як між собою, так і з образотворчими засобами.

Рекламний блок як сукупність образотворчих елементів і текстів, різних з точки зору їх жанрової приналежності, утворюють єдиний контекст рекламного повідомлення на основі спільності виконуваної ними прагматичної функції – переконати потенційного читача придбати рекламовану книгу. Що стосується візуального ряду, то

ступінь його «присутності» в рекламному тексті може бути різним, в залежності від задуму рекламодавця, його творчих здібностей, тощо. Зображення покликане виконувати естетичну функцію, в той час як рекламна ілюстрація створюється для реалізації прагматичної установки рекламного повідомлення, проте важливим є уникати нагромадження елементів одного і того ж коду.

Отже, рекламований об'єкт (суперобкладинка англomовної книги) в цілому можна вважати символічно організованим простором, в якому інтерпретатор має справу зі знаками різних семиотичних систем. Креолізований текст, що представлений у вигляді співвідношення вербального та невербального компонентів, спрямований на досягнення комунікативної мети рекламного тексту. Перспективним у сучасній міжкультурній комунікації видається дослідження ролі креолізованих текстів в утворенні картини світу, естетичних та моральних орієнтирів суспільства.

#### **Література:**

1. Анисимова Е. Е. О целостности и связности креолизованного текста // Филологические науки. – 1996. – № 5. – С. 74-84.
2. Валгина Н. С. Теория текста: Учеб. пособие. – М. : Логос, 2004. – 280 с.
3. Винарская Л. С. Информационная структура рекламного текста: Дис. ... канд. филол. наук. – М., 1995. – С. 28-29.
4. Загнітко А. П. Лінгвістика тексту: теорія і практикум: наук.-навч. посібник. – Донецьк : ДонНУ, 2006. – 289 с.
5. Зирка В. В. Языковая парадигма манипулятивной игры в рекламе: Дисс. ... доктора филол. наук. – Днепропетровск, 2005. – 462 с.
6. Мойсеенко И. П. Прагмалингвистическая организация рекламного текста: макро– и микроанализ (на материале англоязычной бытовой рекламы): Дисс. ... канд. филол. наук. – К., 1996. – 186 с.
7. Полубиченко Л. В., Донская М. М. Семиотика вербального и невербального в мультимедийном рекламном дискурсе // Вестник Московского университета. Научный журнал. Серия 13. Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2007. – № 2. – С. 36-52.
8. Халевский В. А. Прагматический аспект взаимодействия иллюстрации, заголовка и текста англоязычных рекламных объявлений. – Грозный : Грозн. нефт. инст-т им. М. Д. Миллионщикова, 1991. – 18 с.

Соловйова О. А.,

Київський національний лінгвістичний університет, м. Київ

## ТИПИ МІЖМОВНИХ СПІВВІДНОШЕНЬ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ НА ПОЗНАЧЕННЯ КОНЦЕПТІВ ДОБРО-ЗЛО СУЧАСНИХ АРАБСЬКОЇ І УКРАЇНСЬКОЇ МОВ

У статті зроблено спробу встановити типи міжмовних співвідношень фразеологічних одиниць на позначення концептів ДОБРО-ЗЛО сучасних арабської і української мов та обґрунтувати їхні опозиційні взаємозв'язки, які доповнюють свідчення щодо фразеологічного складу, що відображає особливості культурно-історичного досвіду народів.

**Ключові слова:** фразеологічна одиниця, концепт, еквівалентність.

В статті предпринята попытка установить типы межъязыковых соотношений фразеологических единиц для обозначения концептов ДОБРО-ЗЛО современных арабского и украинского языков, а также обосновать их оппозиционные взаимосвязи, которые дополняют имеющиеся сведения о фразеологическом составе, отображающем особенности культурно-исторического опыта народов.

**Ключевые слова:** фразеологическая единица, концепт, эквивалентность.

The scientific paper is attempted to determine the types of interlingual correlation of phraseological units denoting concepts GOOD-EVIL on the basis of modern Arabic and Ukrainian and to base its opposition interconnections that supplemented available data about its phraseological structure that reflects the particular cultural and historical experience of nations.

**Key words:** phraseological unit, concept, equivalency.

**Постановка наукової проблеми та її значення.** Останні десятиліття відзначені появою лінгвістичних досліджень, спрямованих на вивчення національно-культурної специфіки мовних явищ. Вони дають нам об'єктивні дані, що дозволяють робити висновки про базові цінності мови, культуру якої ми вивчаємо (Н. Д. Арутюнова, Ю. Д. Апресян, А. Вежбицька, С. Г. Воркачов, С. Е. Нікітіна, Ю. С. Степанов, А. Д. Шмельов та інші) [6, с. 39]. Фразеологія – це конденсований досвід соціуму (Алефіренко 1987; Баран 1997; Кодухов 1974; Кочерган 1999; Кунин 1972; Семчинський 1996; Телия 1981; Уфимцева 1986; Мирошніченко 2003) [6, с. 42].

Фразеологія як проміжний рівень перебуває на стику лексико-семантичного і синтаксичного рівнів [3, с. 171]. У кожній мові є стійкі словосполучення, які в мовленні і за змістом, і за синтаксичною функцією рівнозначні слову. Національний колорит фразеологізмів спричиняє певні перекладацькі труднощі, що і є предметом пропонованого дослідження.

Фразеологічні одиниці (ФО) як вторинні одиниці репрезентують відхилення від традиційної структури та семантики вихідних словосполучень [8, с. 123].

**Актуальність** пропонованого дослідження зумовлена насамперед необхідністю зіставного вивчення поверхової та глибинної структур ФО з огляду на сьогоденну важливість когнітивних досліджень, експлікацію характеру дієвості людського фактору, соціальний підхід до матеріалу дослідження. У полілексемній гетерогенній структурі ФО постійно протиставляються узуальна форма – оказіональній, дослівний переклад – перекладу-коментарю, об'єктивна оцінка – суб'єктивній, вихідна структура – похідній, первинні одиниці – вторинним, нейтральна лексика – експресивно-емоційній, національний пласт – транснаціональному тощо [8, с. 59].

Розпізнання когнітивної важливості ФО із ключовою опозицією ДОБРО-ЗЛО в арабській і українській мовах є вельми актуальним для їх адекватного відтворення у мовах-трансляторах.

**Методи дослідження:** 1) компонентний аналіз використовується для опису структури значення лексичних одиниць лексико-семантичного поля «رَيْحٌ» і «رَيْحٌ» в арабській мові і поля ДОБРО-ЗЛО в українській мові; 2) функціональний аналіз демонструє значимість використання лексем, що репрезентують концепти ДОБРО-ЗЛО в сучасних фразеологізмах та художніх текстах на прикладі зіставлюваних мов.

**Мета** нашого дослідження полягає у виявленні типів міжмовних співвідношень фразеологічних одиниць на позначення концептів ДОБРО-ЗЛО сучасних арабської і української мов.

**Об'єктом** дослідження виступають арабські та українські фразеологічні одиниці (фраземи, паремії, парафрази, метафори) як мовні засоби бінарних концептів ДОБРО-ЗЛО в художній мовній картині світу.

**Предметом** дослідження у пропонованій статті є типи міжмовних співвідношень фразеологічних одиниць на позначення концептів ДОБРО-ЗЛО сучасних арабської і української мов.

**Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження.** Фразеологічний склад є специфічною для кожної мови національно маркованою частиною лексики. Постійно поповнюючись новими одиницями, фразеологічний склад відображає культурно-історичний досвід народу, а також особливості історичних законів розвитку мови. З огляду на значення фразеологізмів, розрізняють такі типи міжмовних співвідношень [4, с. 339]:

– повна еквівалентність (фразеологізм однієї мови має ідентичний відповідник в іншій мові, тобто фразеологізми-відповідники за значенням, структурно-граматичною будовою, образною основою, функціонально-стилістичною та експресивно-емоційною конотацією повністю збігаються).

У таблиці 1 наведені приклади повних еквівалентів арабських та українських фразеологізмів на позначення концептів ДОБРО-ЗЛО.

– неповна еквівалентність поділяється на такі підгрупи:

а) фразеологізми з однаковим значенням, але з різною образною основою (мотивацією): укр. *за добро – добром, а за лихо – лихом; ніяке лихо до добра не доведе* – ар. *مَلْظًا يَدَابِلُ او رَشَلْ اَب رَشَلْ او مَرَكَا يَدَابِلُ او رِي خَل اَب رِي خَل* – *добрим за добро, і бедуїн виявить тобі повагу, а на зло бедуїн злом і відповідь* (палест., ірак., тун.);

Таблиця 1.  
Повні еквіваленти

Українська мова	Арабська мова	Значення фразеологізму
добрим ділом не кори; зробивши добро, не кайся (не дорікай, не давайся взнаки)	طشلاب بُذو نِيْزِ يَوْسَ	спонукати кого-небудь не хвалитися своїми благодіяннями
хто добро творить, тому Бог відплатить	حَقْلِيْ مَزَالْ مَعِيْ يَلْل!	за добро завжди воздасться
ласкаве слово вабить багатьох	نُاسَلَلْا مَجْلِيْ نَاسِحَالِ	добре діло може знайти відгук в душах навіть тих людей, яких вважають поганими, недобрими
за добрим ділом знаходишся, лихе саме нав'яжеться	رِيْخَالْا لْغَفْ رَشَلْا لْصَأ	застереження для тих, хто вважає, що за добро завжди платять добром
нема лиха без добра	اِرَايْخَ رَشَلْا يَفْ ن!	коли із негативного явища можна отримати користь
залиши зло, і воно тебе залишить	كُفْرَتِيْ رَشَلْا كُفْرَتَأ	закликає людей робити не погані, а добрі вчинки
хто сіятиме зло, гірко каятиметься	فَمِا نَلْا نَصْحِيْ رَشَلْا عَرَزِيْ يَلْل!	зло породжує лише зло

б) фразеологізми, однакові за денотативно-сигніфікативним значенням, але різні за емоційно-оцінним компонентом [4, с. 340]: укр. *випустити духа (джина) з пляшки* – в одній з історій, які впродовж тисяч й однієї ночі Шахерезада розповідала перському цареві, – «Рибалка та Джин»/ араб. «تيرفعل و دايصلال» – йшлося про те, як одного разу чоловік витягнув з моря пляшку. Коли зірвав ножом корок, із пляшки несподівано вийшов стовп диму, який перетворився на злого духа. Фразеологізм вживається у значенні загрозової несподіванки, спричиненої необережністю. Араб. *تورشل او ينغل دايصلل ناك و لعفف هجرخ اذا هين غي ن ا دايصلال دعوتيرفعل ان ا عيالكحل لوقت* – вживається, коли говорять про дотримання обіцянки. У цих випадках при однаковості змісту й тотожності синтаксичної побудови частково еквівалентним є лексичне наповнення. Часткових еквівалентів порівняно небагато, тому що взагалі явище багатозначності менш характерне для фразеології.

Подібні фразеологізми, навіть однакові за структурою і лексичним наповненням, можуть мати в різних мовах неоднакове значення [4, с. 340]: укр. *і Бога хвалимо і грішимо* – араб. *الاولم اب رشل او ريخال* – *добро та зло завжди йдуть поруч* (букв.: в дружбі) (йорд.). Вживається, щоб стимулювати людину взяти ініціативу у свої руки, не втрачати надію і у будь-якій ситуації шукати вихід.

Таблиця 2.  
Неповні еквіваленти

Українська мова	Арабська мова	Значення фразеологізму
про вовка промовка, а вовк тут, та й у хату	يقتلي هارطم دنع ريخل букв. добро зустрічається зненацька та раптово	про добру людину, яка зненацька прийшла в той момент, коли про неї говорили
взявся за гуж – не кажи, що не дуж	هل مكني ريخل المغي يلل! букв. якщо робиш добро, закінчуй його	заохотити того, хто став робити щось гарне, закінчити почате діло
хто добро творить, тому зло не вадить	هل صقرو او رشل نع دعب! букв. сторонись зла та зтанцюй йому	закликає людей робити, гарні вчинки
лихо на лихе й вийде	قلخ رشلل رشلال букв. зло для зла твориться	жодний поганий вчинок не може бути виправданий добрими намірами
горбатого могила виправить	ناسح اكيحني ال نبح هاجن رشلال ي букв. у злі порятунок, коли не рятують тебе жодні добрі вчинки	про людину, яка не здатна виправитися за допомогою добра
злий з лукавим водились, та двоє у яму звалились	ملظي ملظلا عفدي ال نم ن! букв. хто не відштовхує несправедливість зі злом, сам творить зло	заохотити людину протидіяти злу
чого (через що) зчинилася буча?	مراغص رشلال يرشأ букв. найлютіше зло – мале	попередження від недооцінки якої-небудь, навіть найнезначнішої негативної події або дії

безеквівалентні (в одній мові є фразеологізм, в іншій – фразеологізму з таким значенням немає): араб. *دعبت* – *будеш далеким від лихих вчинків, залишишся цілим і здоровим* (ірак.).

За умови безеквівалентності можливі два типи співвідношень:

– співвідношення фраземи в одній мові і слова в іншій. За такої еквівалентності зворот нерідко вирізняється образністю. Однак у багатьох випадках еквівалент-слово має достатньо високий рівень внутрішньої експресії,



яка компенсує відсутність фразеологічного словосполучення того самого значення [4, с. 340-341]. Наприклад, українській фраземі *кров холоде в жилах* «моторошно, тривожно, страшно» відповідає декілька арабських слів із виразною внутрішньою формою – *عظفب بوعرم عونب* : *عظفب بوعرم عونب* : *عظفب بوعرم عونب*. Пор. ще: укр. *кирпата свашка* «смерть» і араб. *تأمم مامح نونم ةني نم ةافو ةتوم*;

– співвідношення фраземи в одній мові і вільного сполучення в іншій [4, с. 341]. Наприклад: укр. *каламутити воду* – араб. *ن... نيب (ماسقنإل) ماصخا روذب س رع* – сіяти розбрат між кимось, викликати ворожнечу.

Цінність безеквівалентної лексики (БЛ) полягає в її безмежному лінгвокультурному потенціалі. Н. Є. Миропольська зазначає, що неможливо уявити процес оволодіння мовою без паралельного засвоєння соціального і культурного надбання народу – носія мови. Мова і культура – два явища, зв'язок між якими опосередкований людиною – носієм даної мови, даної культури [2, с. 42].

Більш яскраво зв'язок між мовою і культурою виявляється у реаліях. Безеквівалентна лексика може також включати слова-реалії, які позначають, головним чином у текстах, предмети матеріальної культури, що виступають основними для номінативного значення слова [2, с. 43].

Явище безеквівалентності має багато спільних рис і з лакунарністю. Дослідники вважають, що БЛ – це лексична лакуна (у бінарному зіставленні з певною мовою). Мовна картина світу може мати різний вигляд. Вона створюється номінативними мовними засобами – лексемами, стійкими словосполученнями, фразеологізмами, а також значеннєвою відсутністю номінативних одиниць (лакунарністю). Про безеквівалентні лексичні одиниці можна говорити як про лексичні лакуни в міжмовному порівнянні, коли постає проблема трансформації [2, с. 44]. Але все-таки між цими поняттями існує істотна різниця: БЛ визначається у межах кількох (двох) мов, лакуни можуть бути в окремій мові через відсутність однослівної номінації певного поняття, наприклад, українські лексеми «*вай-кіт*» і «*шарга*» (крик болю і тривоги) не мають антонімічного відповідника, хоч поняття у свідомості мовців існує.

Розглянувши концептуальні засади використання у лінгвістиці терміна «безеквівалентна лексика», ми вважаємо, що *безеквівалентна лексема* – особлива одиниця, що відображає національно-культурну своєрідність мови на лексичному рівні, номінує такі явища у сфері певної культури, які не властиві іншим. БЛ – це складник образності тексту, який несе емоційно-експресивний підтекст, пов'язаний з ідеоетнічним компонентом значення [6, с. 87]. БЛ слугує для номінації понять та реалій, не має точних лексичних відповідників у соціокультурних парадигмах інших мов, які порівнюються з вихідною [8, с. 157]. Наприклад: укр. *відкопили варги* із значенням «ображатися, гніватися» – араб. *هي تفش زربأ* – настовбурчувати губи із значенням «виражати ворожість».

Отже, повна міжмовна еквівалентність фразеологізмів є непоширеним явищем, при цьому чим віддаленіші мови, тим менше в них ідентичних фразеологічних відповідників.

**Висновки.** У запропонованій статті визначено типи міжмовних співвідношень фразеологічних одиниць на позначення концептів ДОБРО-ЗЛО сучасних арабської і української мов. На основі проведеного нами стислого зіставного аналізу зазначених фразеологічних одиниць ми можемо зробити висновки, що наведені вище приклади підтверджують, що лексеми та фраземи, які відображені в концептах ДОБРО-ЗЛО, знайшли своє вираження у фразеології. Головні засоби виразності арабських і українських фразеологізмів, яких об'єднують концепти ДОБРО-ЗЛО в художній мовній картині світу, становлять такі стилістичні засоби: епітет (тавтологічний, уточнюючий та метафоричний), порівняння, метафора, парафраза. Синтаксичні засоби репрезентації досліджуваної опозиції подані різними синтаксичними одиницями: словосполученнями та різними структурно-семантичними типами простих та складних речень, конструкціями, які ускладнюють структуру речення (однорідними членами речення, зверненнями та ін.).

Таким чином, вивчення типів міжмовних співвідношень фразеологічних одиниць дає нам можливість осмислити їхнє когнітивне навантаження, ретроспективне буття та сучасне функціонування. Семантичний континуум фразеологічних одиниць відображає становлення пласта національної специфіки фразеологізмів, образотворчу спроможність мови та її етимологічні витоки [8, с. 312].

Адекватність міжмовних співвідношень фразеологічних одиниць, у свою чергу, об'єктивується глибоким когнітивним аналізом зазначених одиниць у мові оригіналу та цільової мови.

**Серед перспектив наших подальших досліджень** – дослідження національно-культурної специфіки семантики та засобів її вираження в концептуальній опозиції ДОБРО-ЗЛО на матеріалі арабської і української мов.

#### Література:

1. Баранов Х. К. Арабско-русский словарь: Ок. 42000 слов. – 6-е изд., стереотип / Х. К. Баранов. – М. : Изд. «Русский язык», 1984. – 944с.
2. Кочерган М. П. До питання про безеквівалентну лексику і лакуни та способи їх компенсації // Проблеми зіставної семантики. Збірник статей за доповідями Міжнародної наукової конференції з проблем зіставної семантики 23-25 вересня 1999 р. / Відп. ред. М. П. Кочерган. – К., 1999. – С. 42-45.
3. Кочерган М. П. Загальне мовознавство: Підручник для студентів філологічних спеціальностей вищих закладів освіти. – К., 1999. – С. 171-172.
4. Кочерган М. П. Основи зіставного мовознавства: Підручник. – К. : Видавничий центр «Академія», 2006. – 424 с.
5. Лингвострановедческий словарь арабских паремий (с лексико-фразеологическими комментариями) / Е. В. Кухарева; Моск. гос. ин-т межд. отношений (ун-т), каф. языков стран Ближнего и Среднего Востока. – М. : МГИМО(У) МИД России, 2007. – 277 с.
6. Попова З. Д., Стернин И. А. Лексическая система языка (внутренняя организация, категориальный аппарат и приемы изучения). – Воронеж : Изд-во Воронеж. ун-та, 1984. – 148 с.
7. Словник фразеологізмів української мови / Уклад.: В. М. Білоноженко та ін. – К. : Наук. думка, 2008. – 1104 с.
8. Ужченко В. Д. Фразеологія сучасної української мови: [навчальний посібник] / Віктор Дмитрович Ужченко, Дмитро Вікторович Ужченко. – К. : Знання, 2007. – 494 с.

Суддя А. М.,  
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, м. Харків

## РІВНІ КОНТЕКСТУ ТА ДЕКОДУВАННЯ КОНТЕКСТУАЛЬНИХ СИНОНІМІВ У НІМЕЦЬКОМОВНОМУ ХУДОЖНЬОМУ ДИСКУРСІ

*У статті розглядаються підходи до типології контексту та його характеристик. Зроблено спробу окреслити параметри, необхідні для аналізу контекстуальних синонімів у письмовому художньому дискурсі. Виокремлюються зовнішній (транссеміотичний) та внутрішній (семіотичний) контексти. Увагу приділено рівневому розподілу контекстів та їхній участі при декодуванні лексичного значення.*

**Ключові слова:** іменна група, контекст, внутрішній контекст, зовнішній контекст, контекстуальні синоніми.

*В статье рассматриваются подходы к типологии контекста и его характеристик. Предпринимается попытка очертить параметры, необходимые для анализа контекстуальных синонимов в письменном художественном дискурсе. Выделяются внешний (транссеміотический) и внутренний (семіотический) контексты. Внимание уделено уровневому распределению контекстов, а также их участию при декодировании лексического значения.*

**Ключевые слова:** именная группа, контекст, внутренний контекст, внешний контекст, контекстуальные синонимы.

*The article deals with approaches to the typology of context and its characteristics. An attempt to outline the parameters that are relevant for the analyze of contextual synonyms in German literal discourse is made. Transsemiotic and semiotic context are outlined. An attention to context levels and their involvement in decoding word meaning is paid.*

**Key words:** noun group, cotext, transsemiotic context, semiotic context, contextual synonyms.

Основна мета створення дискурсу – організувати комунікативну взаємодію адресанта та адресата і при цьому сказати у контексті більше, ніж міститься у тексті, «втиснувши» в межі дискурсу інтенції автора, норми викладу, екстралінгвістичні умови, архетипи комунікантів, а також врахувати глобальний обмежувач контекстів – мовну картину світу [10, с. 49].

Це означає, що частина повідомлення (особливо це стосується прагматичної інформації) залишається власне поза межами тексту та потребує особливого середовища для свого декодування – контекстів, на основі яких відбувається реконструкція смислів.

За М. В. Нікітіним лексичне значення може сполучувати два типи змісту – когнітивний та прагматичний, або обмежуватися одним із них. У певних контекстуальних умовах та мовленнєвій ситуації слова можуть отримувати різні прагматичні смисли, які будуть похідними від взаємодії із контекстом і ситуацією [8, с. 58–59]. Таким чином, відкритим залишається співвідношення контекстуальної інформації у значенні контекстуальних синонімів. Дослідження цього співвідношення надає статті **актуальності**. Мета статті полягає у розгляді факторів, які впливають на модифікацію лексичного значення контекстуальних синонімів і які необхідно враховувати при декодуванні тексту.

Поставлена мета зумовлює вирішення таких **завдань**: 1) розгляд поняття «контексту», його складових; 2) визначення параметрів, релевантних для аналізу контекстуальної синонімії; 3) застосування окреслених параметрів при аналізі фактичного матеріалу.

Розгляд контекстуальних параметрів був предметом окремих досліджень [5], а також важливою складовою розвідок, присвячених дискурсу [1; 3; 4; 6; 7; 13].

Дискурс-аналіз теоретично будується на різних типах прагматичних контекстів. Комплексна природа дискурсу обумовлює врахування усього набору численних факторів, які впливають на породження й інтерпретацію смислів при обміні комунікативними діями. Вважається некоректним обмеження дослідження лише одним типом контексту. Розмежування контекстуальності має досить умовний характер через взаємодію різних факторів [6, с. 149].

Під власне контекстом розуміють семантико-граматичну й комунікативну єдність певного текстового елемента (слова, висловлення, періоду) із текстовим і ситуативним оточенням як індикатором значення й функціональної ваги цього елемента [12, с. 285].

Дискурс включає у себе екстралінгвістичні фактори (знання про світ, думки, установки, цілі адресата), які необхідні для розуміння тексту. В такому розумінні дискурс як складна система ієрархії знань передбачає наявність інтегрованих моделей обробки дискурсу [4, с. 8]. При побудові моделей тексту відмічається, що текстові репрезентації у пам'яті суб'єкта мають ієрархічну природу і включають мікроструктури, які організовані за допомогою лінійних структур. При конструюванні моделі тексту до інформації включається семантична, прагматична інформація, а також схематичні структури [3, с. 176]. Зокрема, зазначається, що адресат має три види даних: інформацію про події, інформації про ситуацію або контекст і інформації про когнітивні пресупозиції [3, с. 158].

Розглянемо основні концепції щодо типів контексту, які можуть слугувати основою для нашого дослідження. За А. П. Мартинюк найширшим типом є дискурсивний контекст – ситуація комунікації, або текст + ситуація. До дискурсивного контексту поряд із лінгвістичними складовими залучаються екстралінгвістичні складові комунікативної ситуації, що є дискурсивно релевантними [7, с. 15].

Наведемо класифікацію контекстів, що входять до складу дискурсивного контексту, запропоновану Л. Р. Безуглою [2]:

– онтологічний контекст – час, місце, фізичне середовище комунікації, присутні/спостерігачі; код і канал зв'язку;

– комунікативний контекст – комуніканти, їхня комунікативна компетенція, цілі, стратегії та тактики;

- соціальний контекст – біосоціальні ролі, статуси комунікантів, інституціональні аспекти комунікації;
- психофізіологічний контекст – психічний і фізичний стан комунікантів;
- культурний контекст – культурологічні й соціально-історичні аспекти комунікації;
- когнітивний контекст – знання комунікантів, включно знання один про одного та метазнання, когнітивні операції комунікантів;
- психолінгвістичний контекст – лінгвістична компетенція комунікантів.

Слід зазначити, що наведені вище параметри можна поділити на дві групи: перша стосується фізичних умов перебігу дискурсу (онтологічний, комунікативний, соціальний, психофізіологічний контексти), в той час як друга охоплює знакові, ментальні параметри (культурний, когнітивний, психолінгвістичний).

Важливою для нашого дослідження є думка про те, що ситуаційний, культурний контекст є семіотичним за своєю природою [16, с. 77]. Тому вважаємо за необхідне акцентувати увагу на виокремленні зовнішнього (перцептивного) та внутрішнього (когнітивного), або транссеміотичного та семіотичного контекстів дискурсу [7; 6]. Зовнішній контекст дискурсу звернений до комунікативної ситуації, її соціальних, культурних, психологічних, мовних складових, а внутрішній контекст постає ментальним відображенням зовнішнього і є знанням про нього. Фактори зовнішнього контексту можуть впливати на комунікативну діяльність, лише ставши частиною внутрішнього контексту. Транссеміотичний контекст відсилає до фізичної, соціокультурної та психологічної реальності. Семіотичний контекст є інтерпретацією сформованого в певній лінгвокультурі бачення світу, когнітивні підстави комунікативної діяльності індивіда або пресупозиційний фонд. Окремо розглядається метаконтекст, пресупозиційний фонд – імпліцитний компонент змісту, що повинен бути істинним, аби не викликати відчуття семантичної аномальності або недоречності [6, с. 16, 23-24].

Розглянемо насамперед екстралінгвістичні фактори, які стосуються фізичних параметрів контексту у аспекті письмового художнього дискурсу. Повідомлення письменника адресоване до невизначеної, інертної аудиторії, тому він відноситься до нього більш усвідомлено, відповідно, письменникові необхідно написати і відредагувати свій твір. При цьому письменник дбає про те, щоб його повідомлення було декодовано таким чином, як він це задумав, тобто, передати читачеві не тільки зміст, але і його відношення. Якщо адресант хоче, щоб його намір досяг мети, йому необхідно контролювати декодування самим кодуванням, при цьому він намагається привернути увагу до тих елементів мовленнєвого ланцюжка, які йому видаються важливими і зробити так, щоб вони не залишилися поза увагою – для цього вони робляться непередбачуваними і мають надлишковий характер [11, с. 72-73].

Таким чином, фізичний контекст означає: а) декодування відбувається у режимі реального часу; б) на реалізацію повідомлення впливає його формально-структурна організація, формат, структурне членування на розділи, пункти тощо; в) читання проходить від початку повідомлення до кінця (а не, наприклад, з середини до початку), відповідно, елементи співвідносяться за місцем їхньої появи у тексті, а їхнє сприйняття відбувається у тому порядку, у якому його задав автор; г) спочатку сприймається поверхневий рівень текстової тканини, декодується семантична інформація, на основі якої створюється текстова модель; декодується фактична інформація; за необхідності текстова модель співвідноситься з картиною світу; декодується прагматична інформація. Онтологічним часотвором є те, що каналом зв'язку є письмове повідомлення, яке розраховане на широку невизначену аудиторію, часові рамки не детерміновано. Зазначимо, що фізіологічні, психологічні, культурно-соціальні чинники сприйняття тексту не є предметом нашого дослідження.

Перейдемо до семіотичного, внутрішнього контексту. Загалом, контекстні умови розділяють на два розряди: розкриття однозначності на лексичному та синтаксичному рівнях (сигніфікативний контекст); та фактори, які відносяться до предметів і явищ, або знань контекстів про відповідні предмети та явища [5, с. 45].

Можна стверджувати, що усіма дослідниками чітко виокремлюється рівень лінгвістичного контексту, або контексту, та рівень власне контексту, набір складових якого варіюється, залежно від підходу. Лінгвістичний контекст визначається як актуальне існування кожної одиниці у якості залежного елемента текстового фрагмента [5, с. 39].

Розглянемо рівневий розподіл семіотичних контекстів. Окрім вище окресленого лінгвістичного контексту виокремлюються експліцитно-імпліцитні засоби, які розпадаються на такі види:

- мовний (основний зміст висловлення);
- парамовний (невербальні засоби, що супроводжують звукове мовлення);
- ситуаційний (предметне оточення висловлення);
- контекст культури (сукупність знань фактологічного і ментального характеру);
- особистісний (знання співрозмовниками реалій одне одного) [1, с. 77-79]. Ця типологія контекстів збігається з типологією, запропонованою Г. В. Колшанським, який розглядає лінгвістичний, паралінгвістичний, ситуаційний, культурний та психологічний контексти [12, с. 284].

За Г. В. Колшанським також виокремлюються такі рівні контексту: суб'єктно-мовне оточення (інтра)-лінгвістичний, локальні умови комунікації (екстралінгвістичний) та тотальний контекст, пов'язаний не тільки з відповідними умовами, але і з сумою знань та досвіду комунікантів [5, с. 76] – які загалом утворюють комунікативний контекст; схожу класифікацію знаходимо у роботі І. П. Сусова, у якій контекст поділено на лінгвістичні умови (контекст), екстралінгвістичні умови (конситуація) та рівень лінгвістичних і енциклопедичних знань комунікантів (коемпірія) [13, с. 48].

З огляду на особливості письмового художнього дискурсу, особливостей його сприйняття та обробки ми зупиняємося на класифікації А. П. Мартинюк, за якою виокремлюються фізичний (зовнішній, транссеміотичний) та семіотичний (внутрішній) контексти. Семіотичний контекст, в свою чергу, поділяється на три рівні: 1) інтралінгвістичний контекст (контекст); 2) когнітивний з розділом на: а) конситуація (в нашому випадку збігається з комунікативним контекстом); б) коемпірія – знання про світ (його онтологічні, соціальні, культурні характеристики тощо), або пресупозиція.

В якості іншого прикладу візьмемо контекстуальний синонімічний повтор іменних груп «*der entthronte Offiziersstand*» і «*die ins Zivil geworfenen Offiziere*». Наведемо контекст: «*Die innere Unsicherheit der ins Zivil geworfenen Offiziere wird von ihnen häufig durch eine gewisse Forschheit ersetzt. ... Die Wirkung des gewöhnlichen*

*Zivilbens auf den entthronten Offiziersstand mag für den dichterischen Schöpfer einer Tragikomödie ganz lustig zu sehen sein*» [17, с. 2031-2032].

Обидві іменні групи мають у своєму складі означений артикль, значить, однакову референтну спрямованість. Іменні групи містять один і той самий іменник «*Offizier*». Згідно [15], «*der Stand – 5. c) gegenüber anderen verhältnismäßig abgeschlossene Gruppe, Schicht in einer hierarchisch gegliederten Gesellschaft*». Можна стверджувати, що іменник «*der Stand*» позначає сукупність, а його елементи утворюють множину. У другій іменній групі іменник «*die Offiziere*» стоїть у множині. Значить «*der Offiziersstand*» ≡ «*die Offiziere*», виокремлені одинці кореферентні.

Якщо провести логічні операції з означеннями, отримаємо: «*entthront* → *geschleudert* → *verdrängt* → [*ins Zivil*] *geworfen*». Використання в якості атрибута Partizip II надає характеристиці однакової спрямованості: динамічності та завершеності. Відмітимо, що на рівні котексту маркером зближення є повтор компоненту «*Zivil-*»: «*ins Zivil* *geworfenen*» – «*des gewöhnlichen Zivilbens*».

Розглянемо детальніше відмінності. Іменна група «*die ins Zivil* *geworfenen Offiziere*», окрім характеристики, містить експресивність за рахунок лексеми «*geworfen*», негативну оцінку (розкривається змістом тексту). Словосполучення «*der entthronte Offiziersstand*» характеризується ще більшою експресивністю за рахунок розширення прагматичної частини значення: 1) «*entthront*» сполучається з лексемами на позначення коронованих осіб, що уможливило асоціацію «*Offizier* → *König*»; 2) «*Stand*» – підкреслює закритість групи, її відособленість; 3) слідує за іменною групою «*die ins Zivil* *geworfenen Offiziere*». Синонімічна пара підсилює крах, що настав для офіцерів з переходом до мирного життя та створює образ колишнього всемогутнього хазяїна життя.

Іменні групи знаходяться у прилеглих надфразових єдностях, що сприяє подальшому створенню образу і відбивають різко негативне відношення автора до офіцерів кайзерівської армії.

Когнітивну підтримку логічної операції надають фонові знання про офіцерів як військових, відповідно, потрапляння у цивільний стан означає втрату робочого місця і пов'язаних із ним привілеїв. Необхідним джерелом, яке полегшує декодування, а також слугує перевірці правильності проведеного аналізу, є знання про ситуацію у Німеччині після Першої світової війни та про автора тексту.

Таким чином, на вживання (і, відповідно, на правильне декодування) контекстуальних синонімічних одиниць у тексті впливає значна кількість факторів, які мають фізичний та семіотичний характер. Для нашого дослідження релевантним вбачається поділ на зовнішній та внутрішній, або транссеміотичний та семіотичний контексти. До зовнішнього відносяться фактори сприйняття тексту, до семіотичного – котекст та види знань, що сприяють правильному декодуванню текстової інформації.

**Перспективою** є подальше дослідження розподілу інформаційного навантаження контекстуальних синонімів та їхня участь у створенні авторських смислів.

#### Література:

1. Алефиренко Н. Ф. Спорные проблемы семантики: Монография / Н. Ф. Алефиренко. – М. : Гнозис, 2005. – 326 с.
2. Безугла Л. Р. Вербалізація імпліцитних смислів у німецькомовному діалогічному дискурсі: / Л. Р. Безугла. – Х. : Видавництво ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2007. – 330 с.: іл. – Бібліогр.: С. 282-326.
3. Дейк ван Т. А., Кинч В. Стратегии понимания связного текста // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XXIII. Когнитивные аспекты языка: Пер. с англ. / Сост., ред., вступ. ст. В. В. Петрова и В. И. Герасимова. – М. : Прогресс, 1988. – С. 153-211.
4. Дейк ван Т. А. Язык. Познание. Коммуникация / Т. А. ван Дейк. – Б.: БГК им. И. А. Бодуэна де Куртенэ, 2000. – 308 с.
5. Колшанский Г. В. Контекстная семантика / Г. В. Колшанский. – Москва : Наука, 1980. – 138 с.
6. Макаров М. Л. Основы теории дискурса / М. Л. Макаров. – М. : ИТДГК «Гнозис», 2003. – 280 с. – Библиогр.: С. 247-275.
7. Мартинюк А. П. Конструювання гендеру в англomовному дискурсі / А. П. Мартинюк, Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна. – Х.: Константа, 2004. – 291 с. – Бібліогр.: с. 256-286 (461 назв.), с. 287 (13 назв.).
8. Никитин М. В. Основы лингвистической теории значения: учебное пособие / М. В. Никитин. – М. : Высш. шк., 1988. – 168 с. – (Б-ка филолога).
9. Пихтовникова Л. С. Информативность текста и стиль // Вісник ХНУ ім. В. Н. Каразіна / Гол. ред. І. С. Шевченко. – № 848. – Х., 2004. – С. 1-8.
10. Пихтовникова Л. С. Синергетический метод для исследования дискурса в прагматилистическом аспекте // Вісник ХНУ ім. В. Н. Каразіна / Гол. ред. І. С. Шевченко. – № 848. – Х., 2009. – С. 48-52.
11. Риффатер М. Критерии стилистического анализа // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 9. – Лингвистика. / Сост. И. Р. Гальперин. – М. : Прогресс, 1985. – С. 69-97.
12. Селіванова О. О. Лінгвістична енциклопедія / О. О. Селіванова. – Полтава : Довкілля-К, 2010. – 844 с.
13. Сусов И. П. Лингвистическая прагматика / И. П. Сусов. – Винница : Нова Книга, 2009. – 272 с.
14. Deutsches Wörterbuch / Herausgeg. von R. Warig-Burfeind. – 8. – vollständig bearbeitete und aktualisierte Auflage. – Gütersloh / München : Wissen Media Verlag GmbH, 2006. [Електронний ресурс]. – Режим доступа : <http://www.wahrig.de/wahrig.html>.
15. Duden. Das große Wörterbuch der deutschen Sprache [Електронний ресурс]: 10 Bände auf CD-ROM; mehr als 200 000 Stichwörter mit rund 90 000 Belegen aus mehreren Hundert Quellen; vielfältige Recherchemöglichkeiten; für MS Windows und Apple Macintosh / PC-Bibliothek Version 2. 01 mit Plus-Paket. – Mannheim; Leipzig; Wien; Zürich : Dudenverl. – 1 CD-ROM; farb.; 12 cm.
16. Matthiessen Ch. Key terms in systemic functional linguistics / Christian M. I. M. Matthiessen, Kazuhiro Teruya and Marvin Lam. – London; New York : Continuum, 2010. – xii, 308 p.: ill.; 22 cm.
17. Tucholsky: Werke, Briefe, Materialien / M. Gerold-Tucholsky, F. Raddatz, R. Links, M. Hepp. – Digitale Bibliothek, Band 15. – Електрон. дані. – Berlin : Directmedia, 1999. – 12733 s.

Тарабріна Н. А.,

Житомирський державний університет імені Івана Франка, м. Житомир

## ДИНАМІКА КОНФЛІКТУ І ТАКТИКИ ЙОГО РОЗВ'ЯЗАННЯ

У статті обґрунтовано необхідність дослідження причин та умов конфліктної мовленнєвої взаємодії, що залишаються менш дослідженими в сучасній лінгвістиці. Розглянуто поняття «конфлікт»; виявлено та проаналізовано динаміку конфлікту й основні тактики його розв'язання. Результати дослідження підкріплені прикладами діалогічного мовлення з творів англійських та американських письменників ХХ століття.

**Ключові слова:** конфлікт, конфліктне мовленнєве спілкування, динаміка конфлікту, розв'язання конфлікту.

В статье обосновывается необходимость изучения причин и условий конфликтного речевого взаимодействия, которые остаются менее исследованными в современной лингвистике. Рассмотрен термин «конфликт»; определено и проанализировано динамику конфликта, и основные тактики его разрешения. Результаты исследования подкреплены примерами диалогической речи из сочинений английских и американских писателей XX века.

**Ключевые слова:** конфликт, конфликтное речевое общение, динамика конфликта, разрешение конфликта.

The article considers the necessity of making some research as for reasons and conditions of conflict interaction as less investigated in modern linguistics; defines the term conflict; specifies and analyses the conflict dynamics and the basic tactics of its solution; the research results are based on dialogical interactions from the works of English and American writers of the XX century.

**Key words:** conflict, conflict speech interaction, conflict dynamics, conflict solution.

Сучасні дослідження в галузі прагмалінгвістики відображають зростання інтересу вчених до мовленнєвої взаємодії комунікантів у ситуаціях, що характеризуються недотриманням максим принципу комунікативного співробітництва, а саме: у конфліктних ситуаціях спілкування [1; 3; 5]. Проблема порушення принципу комунікативного співробітництва стосується ситуацій спілкування, які орієнтуються на комунікативну згоду, зокрема, конфліктних ситуацій, в яких цілком втрачено комунікативну мету досягнення консенсусу.

**Конфлікт** – це взаємодія двох суб'єктів, які мають несумісні цілі і шляхи їх досягнення. Під мовленнєвим конфліктом розуміють мовленнєвий прояв зіткнення суперечливих поглядів, цілей та намірів комунікантів [6, с. 148]. Сучасні дослідження конфліктного спілкування спрямовані на створення лінгвістичної моделі конфліктної мовленнєвої взаємодії, що, в свою чергу, потребує системного аналізу конфліктного дискурсу.

Мовний аспект теорії конфліктної комунікації, на сьогодні є найменш дослідженим, це і зумовлює **актуальність** наших розвідок. **Метою** статті є дослідження динаміки конфлікту та аналіз тактик розв'язання конфліктних ситуацій. **Матеріалом** дослідження слугують фрагменти діалогів, які містять конфліктну мовленнєву ситуацію, виділених методом суцільної вибірки з творів американських та англійських письменників ХХ століття.

Кожний реальний конфлікт має процесуальний характер, тому розгляд його динаміки вимагає поділу на стадії, котрі включають виникнення об'єктивної конфліктної ситуації, усвідомлення її, здійснення конфліктної поведінки та розв'язання конфлікту.

У більшості випадків конфлікт зумовлений об'єктивною ситуацією, проте, певний час вона може не усвідомлюватися, що обумовлює назву стадії потенційного конфлікту. Об'єктивація конфлікту здійснюється лише після усвідомлення об'єктивної ситуації як конфлікту [4, с. 496], породжуючи відповідну поведінку. Нерідко реальний конфлікт виникає, коли об'єктивних умов конфлікту нема. Між образом конфліктної ситуації та реальністю можливі такі варіанти співвідношення:

1. Об'єктивно конфліктна ситуація існує, її учасники вважають, що їхні цілі та інтереси конфліктні, і правильно розуміють сутність себе, інших, ситуацію в цілому. Це адекватно усвідомлений конфлікт.
2. Об'єктивно конфліктна ситуація існує, сприймається як конфліктна, але усвідомлюється з певними відмінностями від реального контексту. Це неадекватно усвідомлений конфлікт.
3. Об'єктивно конфліктна ситуація існує, але не усвідомлюється. У цьому разі конфліктна взаємодія відсутня.
4. Об'єктивно конфліктної ситуації немає, але стосунки сприймаються як конфліктні. Це удаваний, помилковий конфлікт [4, с. 497].

Психологічного аналізу потребують передусім випадки неадекватного та удаваного конфлікту, внутрішній аспект якого виникає між комунікантами, зумовлюючи їхню реальну поведінку. Важливо ретельно проаналізувати фактори, що спричиняють відхилення від реальності (рівень інформованості, структура комунікації та ін.), та механізм впливу цих відхилень на перебіг конфлікту (його тривалість, інтенсивність, характер розв'язання) [1, с. 204].

Усвідомлення ситуації як конфліктної завжди має емоційне забарвлення. Виникнення та вплив емоцій на перебіг конфлікту є дуже важливою проблемою адекватного розв'язання конфліктних ситуацій і вимагає спеціального аналізу. Конфліктні дії різко загострюють емоційний фон перебігу конфлікту, а негативні емоції, що виникають у цей час, у свою чергу, стимулюють конфліктну поведінку. Наприклад:

– *You are wrong. I though you were a cad, but I was perfectly satisfied with the way you did your work.*

– *You snob. You damned snob. You thought me a cad because I hadn't been to Eton. By God, I'd rather be a cad I am than the snob you are. Touch me, touch me. By God, I'd like to see you hit me. Do you want to say it again? Snob, snob.*

– *Don't be a damned fool. Remember I'm not a gentleman. I know how to use my hands.* (S. Maugham)

У наведеному прикладі ми бачимо, що під час розмови емоції обох чоловіків зростають, стають негативними, про що свідчить постійне повторювання принизливих слів, таких як *snob, damned snob, damned fool, a cad*. Як наслідок невеличке непорозуміння переростає в справжній конфлікт.

Під час розгортання конфлікту можливі його переходи з одних форм у інші. Наприклад, внутрішній конфлікт може перейти в зовнішній (особистісний у міжособистісний) або навпаки. Останнє відбувається за умов неповного розв'язання конфлікту або блокування конфліктної поведінки, спрямованої зовні. Внутрішнє прагнення до конфліктної поведінки не згасає, лише стримується, що породжує внутрішнє напруження. Удаваний конфлікт, що виникає тоді, коли немає об'єктивної конфліктної ситуації, за помилкового сприймання може стати справжнім, реальним. Крім того, конфлікт, що виник з одного приводу, може трансформуватися у конфлікт з іншого приводу (діловий у міжособистісний або навпаки). Не можна ототожнювати конфлікт зі стадією конфліктної поведінки. Перехід до конфліктної поведінки означає нову стадію конфлікту, найбільш відкрити й гостру. Способи розв'язання конфлікту спрямовані передусім на ліквідацію конфліктної поведінки [4, с. 450].

Практичні питання розв'язання конфліктних ситуацій у виробничих організаціях досить детально розглядають В. Бойко та О. Ковальов [2]. Серед шляхів розв'язання таких ситуацій вони виділяють: а) попередження конфлікту; б) управління конфліктом; в) прийняття оптимальних рішень у конфліктних ситуаціях; г) розв'язання конфлікту. Успішне розв'язання конфліктних ситуацій можливе з допомогою розробки тактик, що враховують усі аспекти конфлікту як соціально-психологічного явища. Аналіз відібраних з художньої літератури фрагментів дозволив виділити наступні тактики:

1. *Розв'язання конфлікту на основі його сутності та змісту.* Насамперед треба реально встановити не тільки безпосередній привід конфліктного зіткнення, але й причину, що часто не усвідомлюється учасниками конфлікту. Далі треба визначити зону поширення конфлікту та проблеми, які він зачіпає. Необхідно виявити реальні мотиви, що зумовили його виникнення. Розв'язання конфлікту можливе тільки при з'ясуванні реальних причин. Наступний приклад демонструє розмову між джентльменом і його слугою, в якій ми бачимо, що джентльмен виказує свою роздратованість та невдоволеність діями слуги. Слуга, в свою чергу, чітко відчув настрій свого господаря і без жодних нарікань погодився зробити все належним чином, що й призвело до розв'язання конфлікту.

Oh, dash it, Jeeves! Couldn't you at least put on another table for a change?

What do you mean, Sir?

Every night, dash it, you come in at exactly the same time with the same old drinks and put them on the same old table. I've had enough. It's the awful sameness of it that makes it seem so awful.

Ok, Sir, I'll change everything next time.

Good, Jeeves. (P. Wodehouse)

2. *Розв'язання конфлікту з урахуванням його цілей.* Часто протиставлення цілей зумовлене не реальним змістом, а недостатнім порозумінням, домінуванням емоційних станів, зниженням пізнавального компонента, різними позиціями, які відстоюють конфліктуючі сторони. Насправді цілі можуть бути спільними, у цьому разі необхідно виявити та усвідомити розбіжності у їх розумінні. У будь-якому випадку треба розмежувати цілі, що пов'язані з міжособистісною взаємодією (особисті домагання, стилі поведінки) і цілі соціальної взаємодії (вирішення виробничих завдань, виконання функціональних обов'язків, визначення стратегій управління організацією). У першому випадку ми ставимося до людини як до особистості, в другому – як до виконавця певних соціальних функцій, що, в свою чергу, визначає стратегію розв'язання конфлікту. В наступному прикладі ми бачимо як одна із сторін конфлікту, зрозумівши причини дії та поведінки другої сторони, не продовжує суперечку:

– Are you crazy? What are you doing here? I've asked you not to touch these books.

– Don't shout at me. I've just wanted to put all this in order. It'll make our work easier.

– Sorry, I didn't know that.

– OK, then, never mind. (H. Haggard)

3. *Розв'язання конфлікту з урахуванням його функцій.* Учасників конфлікту треба переконати в тому, що стосунки між ними можна владнати шляхом обміну думками, уточнення позицій тощо. Це ми можемо побачити на прикладі розмови двох закоханих людей:

– Listen, I need that goddamn book.

– Would you, please, watch your profanity, Preppie?

– What makes you so sure I went to prep school?

– You look stupid and rich.

– You're wrong.

– Oh, no, Preppie. I'm smart and poor.

– Ok, maybe I look rich. (E. Segal)

4. *Розв'язання конфлікту з урахуванням емоційно-пізнавального стану учасників* полягає в тому, щоб показати негативний вплив емоційного напруження на учасників конфлікту. Знижується рівень критичності мислення, що призводить до необґрунтованих дій, емоційний стан негативно впливає на взаємодію, зумовлює неадекватне взаєморозуміння. Під впливом емоцій конфліктна ситуація сприймається як така, що загрожує позиції людини в групі, а це спонукає до крайніх дій з метою збереження свого статусу. Конфлікт починає поширюватися, він поглинає дедалі більше членів організації, деформує усталені стосунки. Саме цей випадок ми бачимо в наступному прикладі:

SETHE: Denver! What's got into you?

PAUL D: Maybe I should make tracks.

SETHE: No!

DENVER: He knows what he needs.

SETHE: Well, you don't and you must not know what you need either.

DENVER: I just asked if...

SETHE: Hush! Go somewhere and sit down. (T. Morrison)

5. *Розв'язання конфлікту з урахуванням властивостей його учасників.* Конфлікти нерідко виникають унаслідок невмілих дій керівника, неадекватного стилю його діяльності, психологічної некомпетентності. Причинами конфліктних ситуацій можуть слугувати специфічні риси характеру, особистісні властивості членів групи. Наприклад, як у розмові між господарем та його рабом:

- You stole that shoat, didn't you? -No, sir.
- You telling me you didn't steal it, and I'm looking right at you? -No, sir. I didn't steal it.
- Did you kill it? – Yes, sir. I kill it.
- Did you butcher it? – Yes, sir.
- Did you cook it? -Yes, sir.
- Well, then. Did you eat it? -Yes, sir. I sure did.
- And you telling me that's not stealing? – No, sir.
- *What is it then? – Improving your property, sir.* (T. Morrison)

6. *Розв'язання конфлікту з урахуванням його можливих наслідків.* Знання про можливі варіанти та наслідки завершення конфліктів допомагають вибрати найкращі засоби впливу на конфліктуючі сторони. Наслідки конфліктів залежать від їхнього змісту: 1) повна ліквідація конфронтації через взаємне примирення; 2) зникнення конфронтації, коли один з учасників перемагає, а інший визнає себе переможеним або коли обидві сторони програють чи задовольняють свої домагання; 3) послаблення конфлікту взаємними поступками; 4) трансформація конфлікту, перехід його в змінений або принципово новий конфлікт; 5) поступове згасання конфлікту; 6) механічне знищення конфлікту (ліквідація підрозділу, організації, звільнення учасника та ін.). У наступному прикладі ми бачимо, як молода дівчина маніпулює своїм нареченим та повністю домінує над ним. Юнак не в змозі протистояти коханій і погоджується з нею.

– *If you care more for your uncle's money than for me...*

– *No, no! Absolutely not!*

– *Very well, then. The parcel containing the book will be placed on the hall table tomorrow, for the servants to past.*

*All you have to do is take it and destroy it.*

– *But – but – but, I could think of hundreds of reasons why this would not be a good plan.*

– *Bertie, will you or will you not do this small thing for me. If not, say so now and stop pretending you care to me!*

– *Good, then...* (P. Wodehouse)

7. *Розв'язання конфлікту з урахуванням етики стосунків конфліктуючих сторін.* Будь-який конфлікт має розв'язуватися відповідно до етичних норм. Статусний бік ділового конфлікту стосується умов та принципів відносин керівника й підлеглого, старшого та молодого за віком, більш або менш компетентного тощо. Діловий конфлікт спирається на обмін думками і пов'язаний з низкою етичних умов, що породжує необхідність слухати й адекватно сприймати інформацію. Етика доказів змушує спиратися не тільки на логіку думки, а й на поважне ставлення до опонента. Етика критики спрямовує її не на особистість опонента, а на аналіз справи. Етика згоди має на меті досягнення ефективного результату, підкріплення взаємних симпатій [4, с. 500]. Наприклад, під час розмови стосовно свого майбутнього розлучення чоловік намагається не піддатися емоціям і стримує себе, щоб не посваритися з матір'ю.

– *But there's not going to be a divorce.*

– *My dear Mamma, all this has been discussed between Clare and me and we are completely agreed that it is impossible to go on.*

– *Of course you can go on – if you had to go on you'd go on very well.*

– *I'll try to cope with my troubles alone.* (J. Cary)

Отже, кожен реальний конфлікт має процесуальний характер та складається з певних стадій. Під час розгортання конфлікту можливі його переходи з одних форм в інші. Існуючи шляхи розв'язання конфліктних ситуацій спрямовані передусім на ліквідацію конфліктної поведінки. Успішне розв'язання конфліктної ситуації можливе шляхом розробки певних тактик, які відповідають певній конкретній ситуації. Вважаємо за доцільне у подальшому здійснити комплексне дослідження когнітивних, соціальних та міжособистісних характеристик конфлікту.

#### Література:

1. Бандурка А. М., Друзь В. А. Конфликтология. – Х. : Фортуна-пресс, 1997. – 356 с.
2. Бойко В. В., Ковальов А. Г., Панфьоров В. М., Соціально-психологічний клімат колективу й особистість. – М. : Думка, 1983. – 207 с.
3. Мартынюк А. П. Коммуникативные стратегии полов в конфликтной ситуации. – Х. : Константа, 2000. – С. 159-167.
4. Петровский М. Г. Социально-психологична сфера особистості. – К. : Вища школа, 2001. – 550 с.
5. Солощук Л. В. Конфликтно-направленный паранталный диалог как тип дискурса. – Х. : Константа, 2000. – 7 с.
6. Фадеева Е. В. Основные виды конфликтного речевого взаимодействия. – Х. : Константа, 1999. – 160 с.
7. Cary J. Period Piece. – М. : Rolf, 2001. – 15 p.
8. Haggard H. R. King Solomon's Mines. – К. : Dnipro Publishers, 1999. – 200 p.
9. Morrison T. Beloved. – N. Y. : Penguin Books, 1998. – 275 p.
10. Maugham S. The Outstation. – L. : Mills & Boon, 1987. – 200 p.
11. Segal E. Love Story. – К. : Dnipro Publishers, 1999. – 200 p.
12. Wodehouse P. G. Jeeves and Friends. – L. : Vintage, 1991. – 158 p.

**Тараненко К. В.,**

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпропетровськ

## ТРАНСАКЦІЙНИЙ АНАЛІЗ У ДОСЛІДЖЕННІ ПРАГМАТИЧНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ АНТОНІМІВ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ

*Дослідження присвячене розгляду трансакційного аналізу як методу прагмалінгвістики. Виділено можливі сценарії психологічних ігор та комунікативних стратегій із залученням прагматичних особливостей антонімічної системи української мови.*

**Ключові слова:** трансакційний аналіз, комунікативна стратегія, прагматичні особливості, антонім.

*Исследование посвящено рассмотрению трансакционного анализа как метода прагмалінгвістики. Выделены возможные сценарии психологических игр и коммуникативных стратегий с привлечением прагматических особенностей антонимической системы украинского языка.*

**Ключевые слова:** трансакционный анализ, коммуникативная стратегия, прагматические особенности, антоним.

*This study is devoted to the transactional analysis as a method pragmalinguistics. Highlight possible scenarios psychological games and communication strategies involving pragmatic features antonymous of the Ukrainian language.*

**Keywords:** transactional analysis, communication strategy, pragmatic features, antonym.

Сучасна лінгвістика характеризується зростанням уваги до проблем мовленнєвої діяльності як засобу взаємодії людей, зокрема до ролі мовця в цьому процесі. Провідною тенденцією розвитку мовознавства ХХІ ст. стає вивчення як традиційно обґрунтованих мовних засобів, так і мови як цілісного утворення, що перебуває у постійній динаміці, значною мірою залежної від мовленнєвої діяльності її носіїв. Усе частіше мовознавці звертаються до вивчення прагматичних особливостей мовних одиниць, оскільки їхнє значення у лінгвальній системі та в процесі комунікації суттєво відрізняються. Прагмалінгвістика ж постає як сфера знань із нечітко окресленим проблемним полем, несформованими повністю методами, методиками й прийомами дослідження. Тому перед дослідниками постає проблема пошуку методів дослідження прагматичного значення мовних одиниць серед методів та прийомів інших гуманітарних дисциплін. Новий інтегрований підхід до аналізу прагматики мовних одиниць дозволить розширити науковий інструментарій прагмалінгвістики та наблизить її до впорядкованої і стандартизованої галузі мовознавства. У свою чергу антонімія як універсальна лінгвістична категорія дає широкі можливості для пошуку нової прагмалінгвістичної методології дослідження мовних одиниць.

Вагомий внесок у розробку питань методології дослідження суб'єктивного чинника в мові та мовленні зробили Н. Арутюнова, Ф. Бацевич, А. Вежицька, Дж. Мей, Ю. Степанов, І. Сусов та ін. Інтегровані психосемантичні та психолінгвістичні методи вивчення прагматичного значення розробляли Л. Виготський, Ч. Осгуд, В. Петренко, А. Шмельов.

Сучасні прагмалінгвісти, які працюють над проблемами вивчення прагматичного значення мовних одиниць, ще не послуговувалися у своїх дослідженнях методом трансакційного аналізу. Тому метою нашого дослідження є застосування трансакційного аналізу для перевірки його дієвості у межах прагмалінгвістики та вивчення прагматичного значення мовних одиниць на матеріалі антонімічної системи української мови.

Тісні контакти прагмалінгвістики з іншими розділами науки про мову, а також семіотикою, соціологією, психологією та іншими сферами гуманітарного знання зумовили взаємопроникнення цих наук, тим самим виробивши низку загальнодисциплінарних методів дослідження суб'єктивного чинника в мові, мовленні та комунікації. На початку ХХІ ст. прагмалінгвістика збагатилася ідеями трансакційного аналізу, що сформувало зародки нового методу дослідження мовних одиниць у межах цієї науки.

Трансакційний аналіз – це вивчення інтерактивного складника комунікації, взаємозв'язків і взаємовпливів учасників спілкування, які виявляються в їх «его-станах» [3, с. 24]. Засновником цього методу у середині ХХ ст. став американський психолог і психіатр Е. Л. Берн. Він зауважив, що всі ці «внутрішні Я (его-стани)» по-різному взаємодіють з іншими людьми і що ці взаємодії (трансакції) можуть бути проаналізовані. Доктор Берн зрозумів, що деякі трансакції мають приховані мотиви і особистість використовує їх як спосіб маніпулювання іншими в психологічних іграх. Він також виявив, що люди поведуться наперед визначеним чином, роблячи так, ніби вони читають театральний сценарій [2].

Установлення кожного конкретного «его-стану» учасника комунікації в конкретний момент спілкування – важливий чинник аналізу перебігу комунікації [1, с. 40]. Це аналіз міжособистісних стосунків з оперттям на засоби мовного і паралінгвального (жести, міміка, постави тіла тощо) кодів. Трансакційний аналіз як метод прагмалінгвістики передбачає врахування психологічних ігор, у яких виявляються «его-стани» мовців, та «сценаріїв» (комунікативних стратегій і тактик), відповідно до яких часто підсвідомо діють учасники спілкування. У межах прагмалінгвістичного підходу комунікативна стратегія визначається як певна послідовність мовленнєвих дій, організованих залежно від мети взаємодії. Тактика – як оптимальна реалізація інтеції мовця щодо досягнення конкретної мети спілкування, тобто контроль і вибір дієвих ходів спілкування та гнучкої їх видозміни в конкретній ситуації [6, с. 22].

Самою природою протилежності та суттю антонімії закладено, що у ситуації спілкування антоніми мають позначати протилежну думку, поняття, дію чи ознаку. Тому використовувати антонімічну систему мовці можуть у різноманітних комунікативних стратегіях, однак показовими для антонімії є стратегії заперечення, розмежування та виправдання. Тобто має заперечуватися щось одне, а на противагу співрозмовнику стверджуватися



зовсім інше, протилежне. Наприклад: «– Ну послухай, тримає, як правило, впевненість у завтрашньому дні. В тебе є впевненість у завтрашньому дні? – Ні, призналася вона, – немає. Але в мене є впевненість у дні вчорашньому. Іноді вона теж тримає» [5, с. 328]. Або: «– Як нема? – тепер запитував він. – Ти є. Ти просто до цього ще не звикла і не знаєш, але ти є. – Де я є? – Скрізь тут, усюди. – А там мене зовсім не зосталося? – І там тебе трохи зосталося» [9, с. 183]. Проте інколи у діалозі антоніми можуть використовуватися із зовсім іншою метою, у тих випадках, коли співрозмовники вдаються до психологічних (а разом з тим і мовних) ігор. Виявляється, за допомогою антонімів можна не лише заперечити, а й погодитися зі співрозмовником, наприклад: «– І що – їх ловлять? – Ловлять, аякже. Одних ловлять, інших випускають» [5, с. 249]. Повторення адресатом останнього слова адресанта питання діє на нього заспокійливо та розташовує до довіри. Уже потім адресат додає до слова-стимулу векторний антонім, який позначає взаємно зворотню дію. Тим самим логічна сутність інформації зберігається, проте викривляється прагматичним прийомом. Або така ситуація спілкування: «– Це від шлунка. – Скріплює? – запитав я про всяк випадок. – Скріплює, – сказала вона. – А потім послаблює. Але вони прострочені» [5, с. 63]. Адресат дав ту відповідь, на яку, на його думку, чекав адресант, але потім доповнив інформацію антонімічною парою. Інтерпретувати отриману інформацію адресант буде уже самостійно із врахуванням власних індивідуальних особливостей та системи особистісних смислів. Адресант, навпаки, може погодитися з адресатом з метою продовження контакту, хоча той дав абсолютно протилежну відповідь: «– Найліпше курити зранку і на холоді, – запевнив він. – А ще вночі і в теплі, – поділився я досвідом. – Після роботи. – Точно. Може закуриш?» [4, с. 224]. Антоніми як лінгвістичні універсалії у наведених прикладах усе одно виконують притаманні функції позначення протилежних полюсів семантичного поля та взаємовиключення.

Третьою стратегією спілкування із використанням антонімів є небажання вступати у комунікативний акт та тенденція припинення розмови, наприклад: «– Розслабся, – сказав Шура спокійно, ніби намагаючись усіх тут помирити. – Ти ж бачиш – вони нічого робити не будуть. – Як це не будуть? – не слухав його Ніколаїч. – Ну, ти, сука, – засичав до Ніколаїча сивий, – давай, роби щось. Давай, сука, – шипів він» [5, с. 390-391]. Контекстуально антонімічні дієслово наказового способу *розслабся* – *роби* протиставляють не лише виконувани дії, а й дії, спрямовані на припинення або продовження комунікативного акту.

Такі комунікативні ігри з використанням антонімів у непритаманних для них комунікативних стратегіях служать приховуванням справжніх мотивів особистості. У спонтанному мовленні це відбувається підсвідомо, а у спланованому маніпулюванні (наприклад, промовах, агітаціях) використовується з певною прагматичною метою.

Трансакційний аналіз довів, що у кожній людини існують набори, «схеми поведінки», які вона використовує в тих чи тих ситуаціях і які пов'язані із певними станами свідомості, «Я-станами». Кожен із цих станів має свій набір слів, почуттів, поз, жестів. У межах трансакційного аналізу виділяють такі стани: «Батько», «Дорослий», «Дитина»:

1) «Батько» – стан, подібний образу батьків, який включає такі якості: навчання, виховання, повчання, турбота, впевненість у своїй правоті, «роби як я», «це добре», «це погано» тощо. На рівні мовлення цей стан зазвичай репрезентується дієсловом наказового способу (наприклад: «– *Роби, що робиш, Гера, – відказав пресвітер. – Роби, що робиш. Не ігноруй живих. І не забувай про мертвих*» [5, с. 431]), інфінітивною формою у повчаннях («– *І ще потрібно вміти йти на поступки, вміти віддавати, щоби отримувати щось взамін*» [5, с. 301]), експресивно-оцінною лексикою («*То добре. Лиш недобре, що ми ніколи не будемо разом навіки*» [9, с. 168]) або усіма цими прийомами разом («*Почавши читати цю книжку, абстрагуйся від усього, що Ти чув про неї із чийось уст – добре чи погане*» [7, с. 26]). Завдяки цій «схемі поведінки» мовець може ефективно грати роль батька (матері), наставника тощо.

2) «Дорослий» – стан, який характеризується отриманням, переробкою, аналізом інформації, і на основі цього, прийняттям рішень з метою ефективної взаємодії з навколишнім світом: «– *Дивний ви народ, місцеві, – сказав він. І знову наливав. – Ні домовилися з вами нормально, ні розійдешся*» [5; с. 300]. Тут антоніми виступають у притаманній їм функції позначення протилежних полюсів семантичного поля, що допомагає мовцеві досягнути увесь масштаб явища дійсності для ухвалення правильного рішення (наприклад: «*А як подумати, воно їй не помагало й не заважало*» [8, с. 52]).

3) «Дитина» – стан подібний до образу дитини, для якої є притаманними інтуїція, творчість, спонтанність, відкритість, безпосередність, щирість, емоційність, довіра, любов. Для антонімічної системи мовця у цьому «его-стані» характерною буде орієнтація на почуття, емоції та потяги, замість загальномовних антонімів можуть вживатися ситуативні, які виражатимуть вищий рівень емоційності. Наприклад, у діалозі «– *Ти божевільна дівчинка. Я це знав. – Хіба можна жити з божевільною? – З нормальними – нудно. А ти передумала?*» [10, с. 86] антонімічну пару *нормальна* – *божевільна* не можна замінити словниковою *нормальна* – *аномальна (дефективна)* не втрапивши почуття безпосередності, захоплення та закоханості у цій ситуації спілкування. З іншого боку, це стан «бунту», неслухняності, вередливості, капризності, стан «притосування», здатність до маніпулювання: «*Вся ця колективна терапія – це все гівно, там кожен намагається вирватися, врятувати власну шкуру, і всім глибоко насрати, що буде з рештою, хто виживе до наступного заняття, а хто двине коней*» [5, с. 419].

Перебуваючи в одному із «его-станів», мовець може використати компонент антонімічної пари того полюсу оцінки, до якого схиляються у даний конкретний момент його суб'єктивні уподобання. Наприклад, використання ситуативного антоніма *активний* до слова *байдужий* свідчить про орієнтацію мовця на дію, а антонім *чуйний* характеризує мовця, орієнтованого на почуття. Це дає можливість дослідникові не тільки виявляти суб'єктивні чинники використання мовних одиниць, але й аналізувати їх вплив на перебіг трансакції загалом.

Таким чином, трансакційний аналіз розкриває перед дослідниками прагматичних особливостей антонімів української мови три можливих сценарії психологічної гри із залученням прагматичних особливостей антонімічної системи української мови: заперечення, «нівельоване згодою заперечення» та припинення діалогу. Однак він

дозволяє вивчати не лише трансакції (ситуації спілкування), а й самих учасників процесу спілкування, їх «его-стани» (тобто прояви індивідуальних особливостей у певний визначений момент спілкування), що і має стати перспективним продовженням дослідження.

#### **Література:**

1. Бацевич Ф. С. Комунікативні перемоги і поразки Євгенія Рафаловича: комплексний аналіз комунікативних ситуацій // Стежками Франкового тексту. Комунікативні, стилістичні та лексикографічні виміри роману «Перехресні стежки» / Ф. С. Бацевич (відп. ред.), С. Н. Бук та ін. – Львів : Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2007. – С. 11-59.
2. Берн Э. Игры, в которые играют люди. Психология человеческих взаимоотношений / Эрик Берн // Игры, в которые играют люди. Психология человеческих взаимоотношений; Люди, которые играют в игры. Психология человеческой судьбы / Эрик Берн; пер. с англ.; общ. ред. М. С. Мацковского. – СПб. : Лениздат, 1992. – 400 с.
3. Берн Э. Трансакционный анализ и психотерапия / Эрик Берн; [пер. с англ.]. – СПб. : Братство, 1992. – 224 с.
4. Дереш Любко. Намір! / Л. Дереш. – Харків : «Клуб сімейного дозвілля». – 2008. – 272 с.
5. Жадан С. В. Ворошиловград: роман / С. В. Жадан. – Харків : Фоліо, 2011. – 442 с. – (Графіті).
6. Зимич Е. В. Структурно-семантические и прагматические особенности организации коммуникативной ситуации ухаживания / Е. В. Зимич // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. – 2010. – № 225 – С. 20-25.
7. Матіос Марія. Вирвані сторінки з автобіографії / М. Матіос. – Львів : «Піраміда». – 2011. – 368 с.
8. Матіос Марія. Москалиця; Мама Маріца – дружина Христофора Колумба / М. Матіос. – Львів : ЛА «Піраміда». – 2008. – 64+48 с.: іл.
9. Матіос Марія. Чотири пори життя / М. Матіос. – Львів : «Піраміда». – 2009. – 293 с.
10. Роздобудько Ірен. Дві хвилини правди / І. Роздобудько. – Київ: «Нора-друк», 2008. – 284 с.

**Тимофєєва І. С.,**

кандидат філологічних наук, доцент кафедри теорії та практики перекладу ІФНТУНГ, м. Івано-Франківськ

## СИНТАКСИЧНІ ОЗНАКИ ОДНОСКЛАДОВИХ РЕЧЕНЬ НА ПРИКЛАДІ УКРАЇНСЬКОЇ, АНГЛІЙСЬКОЇ ТА НІМЕЦЬКОЇ МОВ

*Розглянуто проблеми розвитку безособових речень в англійській, німецькій та українській мовах. Проаналізовано односкладові речення на логічному, граматичному, семантичному і формальному рівнях.*

**Ключові слова:** предикатив, семантика, односкладові речення.

*Рассмотрены проблемы развития безличных предложений в английском, немецком и украинском языках. Проанализированы односложные предложения на логическом, грамматическом, семантическом и формальном уровнях.*

**Ключевые слова:** предикатив, семантика, односложные предложения.

*The problems of impersonal sentences in English, German and Ukrainian are considered. Impersonal sentences are analyzed on logical, grammatical, semantic and formal levels.*

**Keywords:** predicate, semantics, impersonal sentences.

У мовознавстві постійно простежувалася тенденція розширити поняття присудковості, вийти за межі дієслова, встановити дійсні відношення між дієсловом і предикатом, подолати судження, згідно з яким існує тотожність дієслова і предиката, що ліквідувала різницю між морфологічною, синтаксичною та логічною категоріями. **Метою** статті вбачаємо вивчення безособовості на логічному, граматичному, семантичному і формальному рівнях.

У індоєвропейських мовах історично сформувалася частина мови дієслово, яка виступає дійсною формою вираження предикативної ознаки, а саме одним із способів вираження логічного предикату [4]. Морфологічно-флексивні показники частини мови, що виконують функцію предикативного члена, виступають граматичним показником предикативності. У реченнях, де логічний предикат судження є поняттям субстанційної ознаки, граматичний присудок існує у формі іменника, прикметника, прислівника, дієприслівника. Граматичним показником предикативності можуть бути порядок слів, фразовий наголос, зв'язка [5].

У сучасних індоєвропейських мовах існують різні види речень, що суттєво різняться за лексико-морфологічною структурою і формою. Окрім повних (підмет–присудок) речень, в мовах розповсюджені так звані односкладові речення, як іменникові так і дієслівні. Поряд зі звичайними двочленними висловленнями, що складаються з суб'єкта і предиката, існують одночленні речення, що містять семантичний суб'єкт або предикат, наприклад: *Холодно; Спекотно; Вечоріло.*

Академік А. Шахматов прирівнює односкладові речення за логічним змістом до категорії номінативних речень. Він пише: «Комунікації, що мають в предикаті уявлення про ознаку буття, існування, наявності можна назвати комунікаціями (судженнями) екзистанційними. Існування таких комунікацій доводиться фактом мови, а саме реченнями безособовими, такими як *'морозить', 'дує', 'заволокло'*, і односкладовими бездієслівними, як *'морозно', 'мороз'*. У відповідних комунікаціях суб'єктом виступає конкретна ознака *'мороз'*, а предикатом – ознака буття, наявності» [7].

Слід враховувати і ту гіпотезу, що безособові речення спочатку були повними. Подальша втрата займенника на позначення суб'єкта, компенсувалася пов'язаною з особовим займенником функцією дієслівних флексій, здатної в своїй формі передавати поняття невизначеної особи. Це підтверджується складом безособових речень у давньоісландській мові, які передають судження не про конкретні предметні дії, а про дії невідомих сил природи (*rigner 'доцить', varar 'весеніє', gall 'гримить', verpr 'відбувається' і т. ін.*). Безособові речення в німецькій мові з позиції формальної структури являють собою повні двоскладові речення, в яких поняття невизначеного суб'єкта передається займенником *es: Es regnet / schneit / blitzt / donnert* і т. п. Німецький лінгвіст О. Бегагель підкреслює їх граматичну двочленність: «Своєрідне втілення суб'єкта відбувається в *es*, яке тут не виступає співвіднесеним членом: *es donnert, es friert mich, es gibt im Menschenleben Augenblicke*» [9]. Німецький лінгвіст Г. Пауль підтверджує граматичну двочленність безособових речень [10]. У реченні *Es regnet* формальний суб'єкт безперечно присутній в *es* (у реченнях типу *Es hungert mich*, формально воно не виражає суб'єкта, оскільки *es* не має синтаксичного значення, а виступає аналітичною співвіднесеною частиною, і все речення конгруентне *mich hungert*). Такою ж мірою, як і для української, російської мов, для німецької характерні утворення за аналогією: *es klingelt, klopft, schlägt, brennt, taucht, schmeckt, reizt, treibt* [2]. Присутність займенника *es* можна трактувати як чисто формальний момент, що виник за аналогією звичайних двоскладових типів речень. Ф. Баллард називає *es, it* «пустим суб'єктом», не важливим для комунікативного акту [8]. Хоча на семантичному рівні можна говорити про повний синтаксичний склад такого типу речень. Визнання за *es* повноцінної семантичної і синтаксичної функції робить подібні речення з лексичної точки зору двоскладовими, визнання ж за *es* тільки формально-синтаксичної функції робить їх в цьому лексичному плані односкладовими, але структурно синтаксично повноцінними реченнями. Їх називають двочленними, але односкладовими реченнями [1]. Пор. англійське *It rains*, французьке *Il pleut* [3]. Таким чином, безособові речення виявляються істинними реченнями у своїй граматичній (а не лексичній) формі, що адекватно передають дійсне судження з його двочленною структурою [6].

Особливим видом речень є утворення від особових дієслів із значенням невизначеної особи, наприклад: *Мені читається/працюється, Мене нудить/лихоманить* й под. На морфологічному рівні речення односкладові. Іменник не виступає в ролі підмета, що не дає підстав відносити їх до повних двоскладових. Але їх лексична поширеність є важливою ознакою. Логічний склад судження відображається у повнозначних словах, що передають у своєму

синтаксичному членуванні предикативне відношення членів судження. Наприклад висловлення *Мене лихоманить* передає суб'єктно-предикативний склад судження. Специфіка граматики англійської мови – бідність дієслівних і іменникових флексій – обмежує можливість застосування односкладових речень. Відсутність особових закінчень спричиняє необхідність використання при дієслові відповідного займенника, тобто заміну односкладового речення двоскладовим. Давньоанглійська мова (VIII – XI ст.) мала досить розвинену систему флексій, тому односкладові речення були представлені ширше, ніж у сучасній. Односкладовими реченнями в той період могли бути навіть особові речення, наприклад, *Aledon tha leof e theoden* (Поклали (вони) тоді улюбленого вождя...), де підмет відсутній, а суб'єкт дії виражений дієслівною флексією *aledon*. Однак більш розповсюдженим був тип односкладових безособових речень, наприклад, *Northan snywde* (З півночі пішов сніг), де логічний суб'єкт репрезентувався непрямим відмінком іменника (знахідного або давального); наприклад: *The o gan hine hungrian*, буквально *Тоді почало його голодувати* (Він відчув голод), *te thyrste* буквально *Мені спрагнулося* (Я відчув спрагу). Порівняйте з сучасною українською: *Мені холодно*, *Йому страшно* та ін., де логічний суб'єкт виражений формою прямого відмінка іменника.

У подальшому розвитку мови відбувається докорінна перебудова таких конструкцій. У результаті розпаду системи іменникових та дієслівних флексій односкладові речення замінюються двоскладовими, з чітко вираженими підметом і присудком. У давньоанглійській період зустрічаються безособові двоскладові (тобто граматично двочленні) речення з займенником третьої особи однини середнього роду *hit* (сучасне *it*) у ролі підмета, наприклад, *Hit swa swathe rinde* (Падав такий сильний дощ). У період середньо англійської мови (XII–XV ст.) такі конструкції переважають, хоча поряд з ними довгий час (до XVII ст.) зберігаються старі безпідметові звороти, наприклад, у Чосера (XIV ст.): *Me was taught* буквально *Мені було навчено*. Пор. з *wel – taught was she* Вона була добре навчена; у Шекспіра (XVI–XVII ст.): *Me thinks* (Мені думается) поряд з *I think*. До XVIII ст. ці конструкції повністю зникають. У сучасній англійській мові односкладових речень набагато менше, ніж в українській; в англійській мові відсутні безособові, невизначено-особові, узагальнено-особові типи односкладових речень. Замість них використовуються граматично двоскладові речення або з займенниками *it, they, one, you* в ролі підмета, або з пасивною конструкцією. Порівняйте, наприклад:

Українська	Англійська
Холодно.	It is cold.
Спекотно.	It is hot.
Тепло.	It is warm.
Йому добре.	He is fine.
Мені страшно.	I am afraid.
Вітром зірвало дах.	The wind tore down the roof.
Що посієш, те й пожнеш.	What you sow you shall reap.
Його зустріли на вокзалі.	He was met at the station.
Кажуть, що він приїхав.	They say he has come.
	He is said to have come.

Для сучасної англійської мови характерними є два типи односкладових речень: іменникові: *A cold winter evening* (Холодний зимовий вечір), *Splendid!* (Чудово!) і дієслівні: *Come here* (Иди сюди), *Sit down* (Сідай). У першому випадку називний (вказівний) характер речення виключає необхідність наявності другого члена, в другому випадку суб'єкт дії достатньо чітко виражається саме граматичною формою імператива (завжди друга особа).

Односкладові речення, в яких відсутня форма підмета, типу *Мені не боляче*, *Вітром віднесло човен*, *Його вбило грозою* – мають непрямий відмінок іменника, що є досить надійним показником синтаксичного і логічного члена, що підтверджується й елементарною трансформаційною спробою за умови збереження повноцінного семантичного інваріанта. Так, речення *Його вбило грозою*, *Вітром жене листя* дають звичну особову форму: ‘Він був вбитий грозою’, ‘Вітер жене листя’. Ці дві структури можна вважати синтаксично (і логічно) конгруентними. Однак не тільки безособові дієслівні речення проявляють свою двочленну синтаксичну структуру. Аналогічна операція з іменниковими односкладовими реченнями типу *Зима*, *Спекотно*, *Холодно* дозволяють розкрити їх структуру. Так, трансформація в парадигматичному плані (по часу) ‘Було холодно’, ‘Буде спекотно’ за відповідної інтонації дає звичайні двоскладові речення, що мають екзистенційну ознаку.

Таким чином, аналіз односкладових речень в логічному, граматичному, семантичному і формальному плані дає всі підстави для підтвердження їх синтаксичної структури як особливого виду речень, що різняться від інших речень судженням і, відповідно, формами існування своїх синтаксичних членів, утворених в результаті складного історичного шляху розвитку.

#### Література:

1. Адмони В. Г. Введение в синтаксис современного немецкого языка. М., 1955. – С. 192.
2. Адмони В. Г. О двусоставности предложения Уч. зап. ЛГПИИЯ. – Вып. 2, 1955. – С. 164-170.
3. Илия Л. И. Синтаксис современного французского языка. – М., 1962. – С. 297-309.
4. Колшанский Г. В. Логика и структура языка. – М., 1965.
5. Савченко А. Н. Части речи и категории мышления. – Ростов-на-Дону, 1959. – С. 58.
6. Седелникова Е. А. Структура простого предложения с точки зрения синтагматических и парадигматических отношений. – Науч. докл. ВШ. Филол. науки, 1961. – № 3.
7. Шахматов А. А. Синтаксис русского языка. – Л., 1941. – С. 27.
8. Ph. Ballard. Thought and Language. – London, 1934. – P. 89.
9. O. Behaghel. Deutsche Satzlehre. 1926. – S. 38.
10. H. Paul. Deutsche Grammatik. Bd. 3., 1954. – S. 26-27.

Усова Н. В.,

Донецький Національний університет, м. Донецьк

## ФОНОМОРФЕМІКА ОНІМІВ У ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНОМУ ВИМІРІ

*На матеріалі різносистемних мов розглядаються морфемний та фонетичний аспекти онімії. В процесі функціонально виправданого використання вже існуючих та утворення нових власних імен саме завдяки фонеморфемним властивостям онімних формантів створюється змістовне навантаження онімної лексики.*

**Ключові слова:** структура, семантика, онім, зміст, формант.

*На материале разносистемных языков рассматривается морфемный и фонетический аспект онимии. В процессе использования уже имеющихся в языке, так и вновь образуемых имен фонеморфемными средствами создается содержательная нагруженность онимной лексики.*

**Ключевые слова:** структура, семантика, оним, содержание, формант.

*It is considered morphemic and phonetic aspect of onyms of different types on the material of different systems languages. Using names already existing in language and newly formed ones, it is created a substantial loading of onym vocabulary by phonetic and morphemic tools.*

**Keywords:** structure, semantics, onym, content, formant.

Свого часу В. фон Гумбольдт зауважував на активному характері словникового складу мови та застерігав від сприйняття його як готової застиглої маси. Він вважав, що «словниковий запас <...> представляє собою продукт словотворчої потенції, що розвивається й відтворюється» [3, с. 112]. Думки Гумбольдта про словоутворювальний механізм, що знаходиться в постійній готовності до дії і включається автоматично саме тоді, коли виникає потреба, в сучасній інтерпретації відображують процеси виникнення okazionalizmів в мовленні (побутовому, художньому, публіцистичному і т. д.), закріплення значної їх частини в узусі та постійного поповнення лексичного складу мови новими одиницями. Спираючись на теорію Гумбольдта та вчення про суппозиції, М. Д. Голев розвиває ідею «безперервного дериваційно-мотиваційного процесу в лексиці», в якому «кожне слово постає як носій потенціалу функціонування як дериваційно вихідного, так і дериваційно похідного слова». На думку вченого, основна функція цього процесу – суппозиційне забезпечення регулярних процесів деривації лексичних одиниць – впливає з необхідності опори під час створення нового на передуючі (дані, старі, відомі) одиниці, що виступають по відношенню до перших як суппозиції [1]. За Е. С. Кубряковою, «відносини похідності», тобто дериваційні відношення, мають основоположне значення не тільки для морфологічного й синтаксичного рівнів, а й для всієї системи мови в цілому, тому що принцип деривації пронизує увесь процес синтезу мовлення та його сприйняття [9, с. 184]. Поділяючи думки означених дослідників, вважаємо за необхідне звернути увагу на вказані процеси за участю онімної частини лексики, тому що, незважаючи на посилений інтерес лінгвістів до широкої проблематики в галузі вивчення власних назв (ВН), недостатньо висвітленим у сучасній ономастиці виявляється саме структурно-семантичний аспект. Нечисленні роботи присвячено розгляду лише деяким питанням морфології або словотвору онімів в окремих мовах (Голев [2], Карпенко [7], Колоколова [8], Салахов [11]). Детальний словотвірний, морфологічний та фонеморфемний аналіз, зв'язки структурних рис зі створенням змістовності ВН та деонімних апелювативів – ці питання, на нашу думку, заслуговують на більш ретельне вивчення.

У пропонованій статті ставиться питання про те, якою мірою створення семантики онімної лексики залежить від семантики формантів, в тому числі так званих «допоміжних» морфем, та від синтагматики сегментів різного рівня. Автор вважає, що всебічний аналіз побудови слова, в тому числі оніма, викриває через лінгвістичну історію саму його сутність.

Оскільки онімкон кожної окремої мови складає частину її лексики, онімам, як і апелювативам, притаманні ті ж властивості, характеристики й категорії, що відповідають закономірностям розвитку лексико-граматичної та фонетичної системи кожної конкретної мови та специфіці її знакової системи в цілому. Як відзначив свого часу В. А. Ніконов, «ім'я – це слово и, як всі слова, підпорядковується законам мови, тобто підлягає ведінню мовознавства» [10, с. 6]. Оніми – це зазвичай іменники з категоріальними ознаками іменників тієї мови, до якої належать. Отже, власні імена (ВІ), як іменники, підлягають загальномовним правилам, морфологічним і словотвірним закономірностям, відповідно до яких входять у відносини з іншими елементами мовної системи, в тому числі й у відносини словотворення. Однак в той же час оніми становлять особливий шар лексики кожної мови, її пропріальний пласт, що він безпосередньо пов'язаний з позамовною діяльністю людини. За своєю природою імена – первісний результат акту номінації, і тому їх можна назвати абсолютними номінативними одиницями, специфіка яких полягає у призначенні для спеціального позначування одиничних об'єктів дійсності.

Перш ніж зануритися в структурно-семантичну синхронію онімної лексики, дозволимо собі пригадати одну старовинну лінгвістичну історію, яка ілюструє поважне ставлення до власного імені та його формантів в давні часи. Легенда, виникнення якої пов'язується з культурно-історичними процесами на Балканах у X столітті, розповідає про таке трактування Священного писання лідером однієї з християнських течій Богумилом. Одночасно з Богом існував падший янгол *Сатанаіл*. Він перебував біля Світового океану та плакав. Творець зглянувся на нього та створив сушу. Сатанаіл зробив людей, але не зміг їх одухотворити. Тоді він попросив Бога оживити людей і обіцяв йому повну покірність. Коли ж Бог виконав його прохання, Сатанаіл зрадив його, створив Каїна, влаштував перше вбивство і почав всіляко шкодити Всевишньому, використовувати одухотворених ним людей, збивати їх з доброго шляху. Бог послав проти Сатанаїла янгелів, і ті відібрали у його імені суфікс *-іл*, в якому зберігалася містична сила (!). Позбавленого сили, вже *Сатану*, а не *Сатанаїла*, янголи загнали під землю [4, с. 55].

Ця історія свідчить про те, що для наших пращурів не тільки ціле ім'я мало сакральне значення, але й частини його структури.

Описуючи процеси виникнення в німецькій мові демінутивних суфіксів *-chen*, *-lein*, Г. Пауль стверджує, що в готській існували лише нечисленні демінутиви від апелятивів на *-la/-lô*, що застосовувались майже виключно у пестливому звертанні: *magula* > *magus* 'хлопчику', *mawilô* > *mawi* 'дівчинко', *barmilô* > *barn* 'дитинко'. Натомість в усіх германських мовах з цим суфіксом було створено численні пестливі форми від ВН: гот. *Attila*, *Wulfila*. Інший суфікс, що послужив побудові зменшено-пестливих форм від ВІ – готський *-ka/-ko*, пор. гот. *Gibika*, днв. *Gibicho*, а також такі ще й сьогодні розповсюджені прізвиська як *Gereke*, *Heineke*, *Meineke*. Поряд з цими морфемами існував суфікс із зменшувальним значенням *-in*, який уживався у назвах дитинят тварин. Через злиття цього суфікса з вищеозначеними *-la/-lô*, *-ka/-ko*, за Паулем, розвинулися *-lin* та нн. *-kîn* (вн. *chîn*). У діалектах сучасної німецької існують різноманітні варіанти зменшувальних суфіксів, але всі вони, на думку Пауля, сходять до двох основних описуваних форм [14, с. 47]. Наведені історико-етимологічні спостереження доводять, що ВН – первісні мовні знаки, яким притаманна здатність до розширення семантичного наповнення за рахунок прирощування до морфологічної структури суфіксів з демінутивним значенням. Утворення з цими суфіксами (відповідні сучасні форми *-chen*, *-lein*) розповсюджувались у німецькомовному просторі, і сьогодні це – найпоширеніші демінутивні суфікси, уживані як у письмовому мовленні, так і в багатьох діалектах. Використовуючись задля створення меліоративних форм, вони призводять до паралельного існування синонімічних іменних форм, пор. *Hänschen* – *Hänslein*, *Röschen* – *Röslein*.

Так звані «допоміжні» морфемі у ВН мов різних систем можуть виконувати роль носіїв певної екстралінгвальної інформації. Як слушно зауважує О. Ю. Карпенко, говорячи про онімію української мови, людина може не знати конкретних антропонімів, але знати про певні прикмети прізвись або особових імен, і цієї інформації вже досить для відповідного сприйняття одиниці мови як оніма. «Так, в українській мові слова на *-енко* з великим ступенем імовірності можуть бути сприйняті як прізвиська, а особові імена, передусім часто вживані, існують у ментальних лексиконах людей і в своїй безденотатній, порожній формі» [6, с. 25].

Формальна структура онімів, а отже, й уживаних у творах чи винайдених авторами оказіональних антропонімів може містити натяк на соціальний статус. Так, у німецькій мові елемент *von* перед прізвиськом історично пов'язаний з належністю до аристократії (*Otto von Bismarck*, *Wilhelm von Humboldt*, *Gustav von Aschenbach* (Т. Манн), так само як частка *de* у французькій (*Honoré de Balzac*) чи іспанській (*Miguel de Cervantes*, *Lope de Vega*). Фінальний компонент фамільного імені *-ke* (*Lemke*, *Piefke*) асоціюється у німців з належністю до низьких шарів суспільства [13, с. 72]. Ці специфічні ознаки онімії часто залучають автори художніх творів, використовуючи типові афікси в іменах персонажів. Досліджуючи антропонімну лексику у прозі Л. Толстого, Л. І. Колоколова встановила властиве письменнику використання продуктивних типів руських прізвись з регулярним суфіксальним оформленням. Як свідчать рукописи, Л. Толстой вносив численні зміни у структури ВІ відповідно до типових форм, наприклад, заміна *Комарев* на *Комаров* («Война и мир»). Таким чином, «Ідентифікація авторської антропонімії, що викриває словотвірну типологію й лексико-семантичну основу власних імен, дозволяє з'ясувати ставлення письменника до можливостей загальнонародної ономастики, встановити загальне та індивідуальне, що становить специфіку стилю письменника» [8, с. 76].

Вивчення авторської антропонімії викриває уважне ставлення письменників до використання словотвірних і лексичних типів та їх варіантів у процесі добору й створення імен, прізвись та прізвиськ персонажів у художніх творах, де поетонімія виконує «цілий букет різних стилістичних функцій» [5, с. 177]. Джерелом стилістично релевантних ознак, що розширюють семантичний потенціал поетоніма, може бути змістовність його фонетичної форми. У кожній мові існують свої «фонетичні закони», які несвідомо сприймаються носіями мови як норма. Порушення ж законів фонотактики при створенні ВІ призводить до виникнення певного експресивно-стилістичного ефекту в творі. Так, послідовність звуків імені, що сприймається носіями мови як милозвучна, створює евфонію поетонімів – *Лель* (О. Пушкін), *Eulalie* (Е. По), *Lili* (Й. В. Гете). Немилозвучність послідовності фонем у поетонімах *Ламврокакис* (М. Салтиков-Шчедрін), *Свидригайлов* (Ф. Достоєвський), створює ефект пейоративний або комічний. Навмисна імітація («іншомовних») структур фонетики та словотвору надає ВН екзотичності – *Ulalum* (Е. По), ворожестя – *Blmpřez* (А. Андреев) тощо.

Створення імен персонажів на основі складання кореневих морфем є типовим для мов різних систем. Не викликає заперечень твердження про «безмежні потенції до композиції» німецької мови [12, с. 25]. Але ж і у французькій можливі композити з категоріальними ознаками антропонімів – прізвиськ персонажів. Шляхом поєднання компонентів за допомогою поєднуючого елемента (роль якого можуть виконувати окремі голосні, сполучники, прийменники, артиклі тощо) чи без такого створюються прізвиська з експресивно-стилістичним забарвленням (О. Бальзак): *Beau-pied* (*beau* – 'красивий', *ped* – 'нога'), тобто буквально 'красива нога'; *Galope-chopine* (*galoper* – 'скакати', робити щось дуже швидко, *chopine* – 'півлітра, пляшка вина'), одже, 'пляшка, що скаче'; *Marche-à-terre* ('*marcher*' – крокувати, *à* – 'по', *terre* – 'земля' = 'той, що крокує по землі'); *La clef-des-cœurs* (*clef* – 'ключ', *cœur* – 'серце' = 'ключ від серця'). Очевидно, що семантика приведених вище антропонімів твориться значеннями їх компонентів, але не простим складанням, а з використанням метонімічних трансформацій. У семантиці новоутворення спостерігається зрушення в бік обов'язковості речовинного значення кореневих морфем. З ускладненням характеристики особи ускладнюється і семантика поетоніму, йде процес надання йому ознак референту. В англійських творах також типовою є номінація героїв з використанням структурної специфіки мови для додаткового навантаження морфем. Наведемо лише один приклад. І. Во («Decline and Fall») надає персонажу ім'я *Alastair Digby-Vane-Trumington*. Складна структура та написання прізвиська через дефіс натякають на знатність роду. Завдяки особливим акустичним властивостям компонента *Trumington* та його паронімічній схожості з апелятивом *trumpet* (труба, трубити) антропонім набуває експресії. Омофонія компоненту *Vane* з апелятивом

*vain* (пихатий, марнославний) веде до семантичного розширення значення оніму. В комплексній взаємодії всіх елементів створюється іронічна характеристика персонажу. Як бачимо, денотативно-сигніфікативне ядро семантики поетонімів включає, окрім категоріальних ознак, характеризуючу сему, що вказує на відмітну особливість референта: *Beau-pied* – швидкий у роботі, *Galope-chopine* – п'яниця, *La clef-des-cœurs* – волоцюга, спокусник, звідник, *Alastair Digby-Vane-Trumington* – пуста та марнославна людина.

Отже, імена створюються в мовленні за моделями й закономірностями мови. Мовна інформація ВІ – найбільш постійна й незмінна частина його інформації – міститься в характері й складі його компонентів. Словотвірний та фонетичний аспекти онімів перш за все стосуються структури, але водночас мають певний семантичний потенціал. В процесі функціонально виправданого використання існуючих ВН та новоутворень саме завдяки специфічним властивостям формантів зростає змістовне навантаження онімної лексики. Розгляд ВН у перспективі запропонованого аспекту корисний для дослідження дериваційних процесів окремих мов, міжмовних зв'язків, а також для вивчення онімії як джерела образності мовлення.

#### Література:

1. Голев Н. Д. Деривационное функционирование слова как предмет деривационной лексикологии / Н. Д. Голев [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://lingvo.asu.ru/golev/articles/z92.html>.
2. Голев Н. Д. Мотивационные типы ономастических образований в художественной литературе и публицистике / Н. Д. Голев [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://lingvo.asu.ru/golev/articles/z84.html>.
3. Гумбольдт В. фон. Избранные труды по языкознанию. – М. : Прогресс, 1984. – 400 с. (Языковеды мира).
4. Гумилёв Л. Н. От Руси до России : очерки этнической истории / Лев Николаевич Гумилёв. – М. : ООО «Издательство В. Шевчук», 2000. – 336 с.
5. Калинин В. М. Поэтика онима. – Донецк : Юго-Восток, 1999. – 408 с.
6. Карпенко О. Ю. Когнітивна ономастика як напрямок пізнання власних назв : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра філол. наук : спец. 10.02.15 «Загальне мовознавство» / О. Ю. Карпенко. – К., 2006. – 33 с.
7. Карпенко Ю. О. Синхронічна сутність лексико-семантичного способу словотвору / Ю. О. Карпенко // Мовознавство. – 1992. – № 4. – С. 3-10.
8. Колоколова Л. И. Антропонимическая лексика в художественной прозе Л. Толстого / Л. И. Колоколова // Вісник київського університету: Українська філологія. – 1979. – Вип. 21. – С. 75-81.
9. Кубрякова Е. С. Основы морфологического анализа (на материале германских языков) / Е. С. Кубрякова. – М. : Наука, 1974. – 319 с.
10. Никонов В. А. Имена персонажей [Текст] / В. А. Никонов. Имя и общество. – М. : Наука, 1974. – С. 233-245.
11. Салахов Р. А. О полусуффиксальных образованиях со вторым компонентом, коррелятивным имени собственному, в современной разговорной немецкой речи / А. Р. Салахов // Иностр. яз. в школе. – 1984. – № 4. – С. 23-28.
12. Ganzer D. Deutsche Phraseologismen mit Personennamen: Lexikografischer Befund und textueller Gebrauch / Studien zur Germanistik / Dinara Ganzer. – Band 25. – Hamburg : Verlag Dr. Kovač, 2008. – 445 S.
13. Hellfritsch V. Zum Problem der stilistischen Funktion von Namen / V. Hellfritsch // Der Name in Sprache und Gesellschaft. Beiträge zur Theorie der Onomastik. – Berlin : Akademie-Verlag, 1973. – S. 64-73.
14. Paul H. Deutsche Grammatik. Bd. V: Wortbildungslehre / Hermann Paul. – Halle (Saale) : VEB Max Niemeyer Verlag, 1957. – 142 s.

Хлинiна О. М.,

Житомирський державний університет імені Івана Франка, м. Житомир

## НЕКЛАСИЧНІ ЗАСОБИ НОМІНАЦІЇ КОНЦЕПТУ КАР'ЄРА

*Стаття присвячена аналізу засобів номінації концепту кар'єра та детальному вивченню неklasичних номінацій, до яких відносяться словосполучення, фразеологізми та ідіоми. Вони становлять особливу форму вербалізації концептів та заповнюють лакуни в лексичній системі мови, яка не може повністю забезпечити найменування пізнаних людиною сторін дійсності*

**Ключові слова:** номінація, концепт, словосполучення, фразеологізми, ідіоми, референція, денотат, конотація.

*Статья посвящена анализу средств номинации концепта карьера и детальному изучению классических номинаций, к которым относятся словосочетания и фразеологизмы. Они составляют особую форму вербализации концептов и заполняют лакуны в лексической системе языка, которая не может полностью обеспечить наименование познанных человеком сторон действительности.*

**Ключевые слова:** номинация, концепт, словосочетания, фразеологизмы, идиомы, референция, денотат, коннотация.

*The article analyzes means of concept career nominations and a detailed study of non-classical nomination means, which include word-combinations, phraseologisms and idioms. They exist as a specific form of concept verbalization and fill the gaps of the lexical system, which can not fully provide nomination of all human gotten to know aspects of reality.*

**Keywords:** nomination, concept, word-combination, phraseologisms, idioms, reference, denotation, connotation.

Під номінацію розуміємо процес і результат найменування, за якого мовні елементи співвідносяться з об'єктами, що вони позначають [3, с. 237]. Як процес виділення й осмислення позначуваного предмета чи події, а також як результат цього процесу номінація «постає одночасно як продукт класифікаційної діяльності людини в обраній царині знання чи суспільного досвіду і як продукт діяльності мовленнєвої, мовної» [4, с. 6].

Номінативні одиниці не лише вказують на об'єкт, а й позначають поняття про цей об'єкт, в якому закріплено результати процесу раціонального пізнання дійсності, пов'язаного з абстрагуванням від реального об'єкту, його ознак, перетворенням їх в ідеальну сутність [6, с. 228].

Класичними номінативними одиницями є лексичні номінації, що «як форма існування концептів є відображенням об'єктивної реальності» [1, с. 31]. Крім слів, до номінативних одиниць залучають також словосполучення та фразеологізми, визначаючи їх як неklasичні номінації [8, с. 57], та які становлять особливу форму вербалізації концептів та заповнюють лакуни в лексичній системі мови, яка не може повністю забезпечити найменування пізнаних людиною сторін дійсності. [5, с. 5].

**Класичні лексичні засоби** вербалізації концепту КАР'ЄРА поділяємо на дескриптивно та прагматично орієнтовані [8]. Дескриптивно орієнтованими називаємо лексичні одиниці, структура значення яких містить лише *денотативний блок*, за допомогою якого продуценти/інтерпретатори дискурсу надають/отримують інформацію про типовий образ (прототип), співвіднесений з іменем референта [7, с. 128]. Денотат розуміємо за В. М. Телією як проміжну ланку між реалією і смислом: ця інформація створює новий, не існуючий в позамовній дійсності, але існуючий у вигляді прототипу (типового образу) об'єкт, що репрезентує мінімізоване типізоване уявлення про властивості реалій, які є членами відповідного класу [8, с. 95]. Процедури співвіднесення типового образу з тим чи іншим знанням про його властивості розглядаємо як процедури референції [8, с. 102-103].

На основі аналізу різних точок зору щодо природи фразеологізмів відносимо ідіоми та фразеологічні сполучення із зв'язаним значенням одного з компонентів. За В. В. Виноградовим саме фактор зв'язаності значення одного з компонентів фразеологічних словосполучень відрізняє їх як від вільних словосполучень, так і ідіом [2].

Вільні та фразеологічні словосполучення розглядаємо як лексико-синтаксичні параметричні сполучення стрижневого слова, так званого *опорного найменування*, що називає здатний до референції складник предметно-референтної ситуації, та *слова-параметризатора*, що називає динамічну чи статичну ознаку референта [8, с. 52]. Виходячи з цього положення, вважаємо можливим розглядати вільні та фразеологічні словосполучення як структурно-семантичні деривати семантично стрижневого слова.

Вільні словосполучення відрізняються від фразеологічних тим, що семантика їхнього параметризатора, на відміну від параметризатора фразеологізму, не визначається семантично стрижневим словом. Наприклад, *опорне найменування* *career* у структурі вільних словосполучень типу *career advice/ guidance/ information/ adviser/ officer/ service/ break/ advancement/ development / ladder/ path/ progression / choice/ opportunities/ prospects/ structure/ servant/ diplomat/ soldier/ girl/ woman* тощо; *career to build/ carve out/ have/ make/ pursue/ begin/ embark on/ launch/ start (out on)/ boost/ abandon/ give up/ cut short/ end/ ruin/ wreck/ resume/ change* тощо; *long/ brief/ short/ brilliant/ distinguished/ glittering/ good/ great/ successful/ promising/ flagging/ chosen/ academic/ acting/ diplomatic/ literary/ medical/ military/ musical/ political/ sporting/ teaching/ playing/ professional/ recording career* тощо; *the peak/ height/ a change of career* тощо може сполучатися практично з необмеженою кількістю параметризаторів, що ніяк не впливає на семантику останніх, наприклад:

(1) *Once she decided to pursue her new **career choice**, Hajdu began to refocus her studies on learning as much as she could about facial prostheses.*

(Newark Star-Ledger, Sunday, August 10, 2008, 12:00 AM)

(2) *Carlee Dimry is leaving for the University of Tennessee next month to **embark on** her college soccer **career**.*



(San Diego U-T, Monday, December 13, 2010)

(3) *At the height of his career, Mr. Jackson was indisputably the biggest star in the world; he sold more than 750 million albums.*

(The New York Times, Nov. 29, 2011)

Номінативною базою для переосмислення параметризатора виступає опорне найменування фразеологічного словосполучення із зв'язаним значенням одного з компонентів, що виступає у 'вільному' значенні, зберігаючи свій денотат і референтну віднесеність. Так, *career* у структурі фразеологічних словосполучень може визначати семантику параметризатора-іменника (порівн.: *veneer* – *фанера* та *career veneer* – *малий потенціал для просування по службі*; *purgatory* – *ущелина* та *career purgatory* – *засидітися на безперспективній посаді без можливості для просування, підвищення*; *victim* – *жертва* та *career victim* – *працівник, який не вчиться на власних помилках, і, навпаки, продовжує їх повторювати*; *nazi* – *фашист, нацист* та *career nazi* – *людина, яка настільки зосереджена на грошах, власному статусі і кар'єрі, що не помічає того, що робить життя приємним і змістовним, речі, люди та події, які безпосередньо не впливають на досягнення її кар'єрних цілей для неї нічого не значать*; *arrears* – *заборгованість* та *career in arrears* – *кар'єра у процесі становлення*; *suicide* – *самогубство* та *career suicide* – *здійснити вчинок, який повністю дискредитує вас і може звести нанівець будь-яку можливість особистого розвитку*) чи параметризатора-прикметника (порівн.: *checkered* – *клітчастий* та *checkered career* – *професійний досвід, який включає череду гарних та важких періодів*).

(4) *He has worked at high levels in city and state government. He was not intent on career suicide.*

(The New York Times, May 21, 2012)

(5) *People at a Sikh temple had a criminal record, a history of involvement in the white supremacist movement and a checkered career in the Army, law enforcement authorities and organizations that monitor hate groups said Monday.*

(Los Angeles Times, August 6, 2012 11:52 p. m.)

Ідіоми, на відміну від фразеологічних словосполучень із зв'язаним значенням одного з компонентів, є еквівалентними слову за способом вказування на об'єкт, співвіднесений з певним денотатом (типовим представником категорії): жодна з ознак денотата ідіоми не зіставлена з денотатом окремого складника словосполучення. Наприклад, жодна з ознак денотата ідіоми *blue collar* (*найменший працівник*) не залучена ні до денотата *blue* (букв. *синій, блакитний*), ні до денотата *collar* (букв. *комірцець*).

Метафоризація є основним процесом формування фразеологізмів й, насамперед, ідіом, оскільки виконує ту ж саму лінгвокреативну функцію, що і словотворчі моделі, але більш скрито і нестандартно через складність механізму цього процесу [8, с. 135]. Значення ідіоми структуроване на підставі образного переосмислення слів-компонентів словосполучення. Таким чином, можна сказати, що значення ідіоми формується на участі гештальта, що репрезентує образ-подобу через призму якого сприймається означуване, на відміну від значення фразеологічного словосполучення, що спирається на прототип, вербалізований опорним найменуванням [8, с. 127].

Значення фразеологічних сполучень із зв'язаним значенням одного з компонентів ґрунтується на основі субфрейму тотожності компаративного фрейму, що спирається на типовий образ (денотат), а значення ідіоми – на підставі взаємодії субфреймів тотожності й подібності компаративного фрейму, що спирається на гештальт-структуру, порівн.: *profitable business* [ЩОСЬ-референт об'єкт є ЩОСЬ-корелят телеологічна категорія ПРИБУТКОВА СПРАВА]; *cash cow*: [ЩОСЬ-референт об'єкт є начебто ЩОСЬ-корелят корова, яка приносить гроші → ЩОСЬ-референт об'єкт є ЩОСЬ-корелят телеологічна категорія ПРИБУТКОВА СПРАВА].

Наявність образної гештальт-структури у структурі значення ідіом зумовлює їх експресивність і ріднить їх із прагматично орієнтованими лексичними одиницями, тоді як фразеологічні сполучення із зв'язаним значенням одного з компонентів семантично ближче до дескриптивно орієнтованих лексичних одиниць.

Ідіоматичні засоби вербалізації концепту КАР'ЄРА у своїй кількості не менш численні у порівнянні з фразеологічними словосполученнями, порівн.: *climb the corporate ladder* (*advance in one's career; the process of getting promoted and making it to senior management*) [поступове кар'єрне зростання, просування]; *jump through hoops* (*to go through a lot of difficult work for something; to face many obstacles*) [долати перешкоди на кар'єрному шляху]; *blood on the carpet* [наявність багатьох проблем, результатом яких є звільнення працівника]; *beyond the call of duty* (*more than is expected or required by a job*) [повністю віддаватися роботі, працювати більше ніж того потребує посада]; *find one's feet* (*begin to feel comfortable in a new job*) [освоїтись на новому робочому місці]; *get the sack* (*get fired; one is forced to leave one's job*) [бути примусово звільненим]; *to sweat blood* [працювати з останніх сил, але закінчити певне завдання вчасно]; *glass ceiling* (*the perceived struggle of women and minorities to achieve promotions*) [боротьба за підвищення серед представниць жіночої статі чи меншин] тощо.

Серед фразеологізмів можна виділити проміжну групу, до якої відносимо фразеологізми, у яких семантично залежний компонент є образно переосмисленим, наприклад: *checkered career* (метонімічне подання характеристики кар'єри, як мінливого процесу, що представляється як череда сприятливих та несприятливих етапів за участі символу перемін – чорно-білих квадратиків шахової дошки – та метонімічне переосмислення постійних змін зайнятості, що зазнає суб'єкт кар'єри за період сого професійного життя на основі уявного атрибуту – клітчастий, тобто мінливий). Оскільки семантично залежний компонент може знайти референтцію лише шляхом параметризації стрижневого слова, такі одиниці зараховуємо до фразеологізмів із зв'язаним значенням одного з компонентів, із застереженням, що в структуруванні їхнього значення задіяний образний складник.

Таким чином, засоби вербалізації концепту КАР'ЄРА залучають дескриптивно та прагматично орієнтовані лексичні номінації та їхні структурно-семантичні номінативні деривати – вільні словосполучення, фразеологічні словосполучення та ідіоми, – що відбивають різноманітні сторони кар'єри як процесу, професійні відносини, розвиток у мовній свідомості американського лінгвокультурного соціуму.

**Література:**

1. Арнольд И. В. Лексикология современного английского языка. – М. : Высшая школа, 1986. – 295 с.
2. Виноградов В. В. Об основных типах фразеологических единиц в русском языке // Лексикология и лексикография. Избр. тр. – М. : Наука, 1977. – 312 с.
3. Гак В. Г. К типологии лингвистических номинаций // Языковая номинация. Общие вопросы. – М. : Наука, 1977. – С. 230-293.
4. Кубрякова Е. С. Части речи в ономазиологическом освещении. – М. : Наук, 1978. – 115 с.
5. Кунин А. В. Курс фразеологии современного английского языка. – М. : Высшая школа, 1986. – 336 с.
6. Мадоян В. В. Вопросы лексикологии и грамматики. – М. : РАН Ин-т рус. Языка, 2000. – 82 с.
7. Мартинюк А. П. Конструювання гендеру в англомовному дискурсі. – Харків : Константа, 2004. – 292 с.
8. Телия В. Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. – М. : Языки русской культуры, 1996. – 288 с.

Хомицька І. І.,

Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів

## ПРАГМАТИКО-ФУНКЦІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ НЕОЛОГІЗМІВ У ІСПАНСЬКОМУ МАСМЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ

Основною метою даної статті є проаналізувати неологізми усних медіатекстів та протиставити їм новотвори, які ми відшукали у іспанській масмедійній комунікації. У статті показана методика підбору неологізмів та аналізу нових слів з телебачення та радіо. Ці дані децю відрізняються від даних, досліджених у письмових корпусах. У статті аналізуються особливості мовленнєвих неологізмів, відображаються критерії неологізмів періодики, формальних та семантичних неологізмів, запозичень. Ці відмінності підтверджують гіпотезу, що усне мовлення сприяє збагаченню лексики, утворення якої ми не завжди знаходимо у письмових джерелах.

**Ключові слова:** неологізми, лексикологія, засоби масової комунікації, корпусна лінгвістика, усне мовлення.

Основной целью данной статьи является проанализировать неологизмы устных медиатекстов и противопоставить им новообразования, которые мы нашли в испанской массмедийной коммуникации. В статье показана методика подбора неологизмов и анализа новых слов по телевидению и радио. Эти данные несколько отличаются от данных, исследованных в письменных корпусах. В статье анализируются особенности речевых неологизмов, отражаются критерии неологизмов периодики, формальных и семантических неологизмов, заимствований. Эти различия подтверждают гипотезу, что устная речь способствует обогащению лексики, образование которой мы не всегда находим в письменных источниках.

**Ключевые слова:** неологизмы, лексикология, средства массовой коммуникации, корпусная лингвистика, устная речь.

The primary objective of this article is to analyze neologisms of verbal mediatexts and contrast their new formations, which were found in Spanish mass media communication. In the article the methodology of selection of neologisms and analysis of new words from television and radio are shown. These data differ from those investigated in writing corpuses. The features of speech neologisms are analyzed in the article, the criteria of neologisms of periodicals, formal and semantic neologisms, borrowings are represented. These differences confirm a hypothesis that the verbal broadcasting assists in enriching the vocabulary the formation of which we rarely find in writing sources.

**Key words:** neologisms, lexicology, means of mass communication, corpus linguistics, verbal broadcasting

Ми характеризуємо мовлення як явище передусім спонтанне і є логічним припустити, що така безпосередність лінгвістичного вживання сприяє спонтанному утворенню мови. Однак, як стверджують деякі автори<sup>1</sup>, відношення між мовленням і письмом, що далеко не дихотомічне, є поступове і поширюється в континуумі набагато складніше, ніж те в якому перетинаються різні змінні (як канал, ступінь планування, функціональності і рівня формальності). Така оцінка чітко проявляється в класичній схемі М. Грегори та С. Карроль (М. Gregory, S. Carroll), яка відображає множинність можливих комбінацій між усною традицією і письмовою формою.

В аудіовізуальних засобах масової інформації (радіо, телебачення) нові слова генеруються спонтанніше і природніше, аніж в друкованих джерелах.

А. Рей (A. Rey), вважає що нова лексична одиниця може мати тимчасову чи психолінгвістичну або то лексикографічну риси. Тимчасову ознаку має той формант, який виник зовсім недавно, психолінгвістичну, який мовці сприймають як новий, а лексикографічну – який не подається жодним лексикографічним корпусом [3].

Для аналізу неологізмів було використано дані з таких словників: Diccionario de uso del español de América y España de SPES Editorial<sup>2</sup> та el Diccionario de la lengua española de la Real Academia<sup>3</sup>.

Увагу зосереджено на лексикографічних критеріях неологізмів, що дозволило нам відібрати ті слова, що не були подані словниками, але й не були сприйняті мовцем як нові слова. Наприклад: *anticapitalismo*, *arabe-israelí*, *fitipaldi*, *arma de destrucción masiva* чи *cassette*.

Це дало можливість зробити висновок, що більша частина аудіотекстів ЗМІ не були піддані мовознавчим комісіям, а ті які стали предметом уваги спеціалістів не відповідають вимогам стандартної правильної мови. Тому багато з неологічних форм є надлишковими мовними одиницями, тобто з точки зору нормативних умов неологізми є неправильними. Це зазвичай варваризми або ненормативні запозичення з інших мов. У більшості випадків це запозичення у текстах, які є некоректними та зайвими, оскільки існують свої слова, що мають те ж значення і смисл. Це стосується таких виразів як *bueno*, *inclus*, *tipo*. Щодо письмових джерел то такі неологізми трапляються рідко, а ось у мовленні: (інтерв'ю, дебати) їх занадто часто можна зустріти.

Всі відшукані неологізми ми поділили за такими характеристиками: граматична категорія, тип неологізму (формальний, синтаксичний, семантичний, запозичення), контекст в якому він появляється.

Інформація, яка є специфічна для неологізмів усного мовлення ми вважаємо, що має неабияке значення до вивчення лексичних неологізмів, в основному це стосується: фонетичної транскрипції, металінгвістичних маркерів та особливостей адресанта (роль у суспільстві, вік, стать, рідна мова чи діалект).

**Фонетична транскрипція**, досліджуваних нами неологізмів, дозволяє нам з'ясувати чи існують різні вимови чи є подібні даному терміну слова в іншій мові і дослідити до якого слова рідної мови семантично наближаються запозичення з германських мов (пр.: *revival*, *holding*, *e-mail*, *crepe*, *final four*, *hooligan*, *algo*, *agotament*). Ця інфор-

<sup>1</sup> Payrato 1996, Cros et al. 2000 y Castilla 2001

<sup>2</sup> Diccionario de uso del español de América y España. – Barcelona: Spes Editorial, 2003.

<sup>3</sup> Real Academia Española. Diccionario de la lengua española. (22. ed.). – Madrid: Espasa Calpe, 2001. <<http://www.rae.es>>

мація може бути дуже корисною для актуалізації лексикографії та граматики мови, і для їх вивчення, оскільки вона забезпечує підказки про фактичне використання запозичень та її рівень проникнення у мову чи особливо категоризацію певних афіксів.

Інформація стосовно *металінгвістичних маркерів* включає в себе будь-які коментарі чи зауваження, що надають особові дані про адресанта та ступінь фіксації в мові неологізмів. В деяких випадках йдеться про експліцитні коментарі стосовно неологізмів (пр.: «Acabo de llegar de Boston y estoy desencajado... Será eso del *jet-lat*, como dicen los ingleses»). В інших випадках це поле служить, щоб задокументувати ставлення адресанта до неологізмів, наприклад його експліцитне використання в гумористичних чи комічних цілях, що досить часто трапляється в телевізійних телепередачах, коли ведучий чи кореспондент використовують запозичення чи варваризми свідомо. І в цих телевізійних неологізмах часто ця металінгвістична інформація є імпліцитною, таким чином засвідчується факт того, що адресант сам корегує свій голос, здійснює жести впевненості або ж сумніву у вживанні цього виразу, непритаманного чи дивного для слухача. Можна сказати, що ця інформація є так званим корелятом усного мовлення, таким який присутній у писемному, а саме: лапки, курсив чи виділений чорний шрифт.

На кінець, варто відокремити вплив на утворення неологізмів в усному мовленні екстралінгвальних чинників (стать, вік, освіта адресанта). У випадку неологізмів писемних джерел, ми лише можемо визначити, чи це є авторський неологізм (авторські статті, листи-послання, і т. д.) чи той, який містить авторську думку (хроніки кореспондентів, редакторські новини, і т. д.). Стосовно неологізмів усного мовлення, телебачення, можна зібрати багато інформації про адресанта неологізмів. Ця інформація дозволяє отримати прагматичні дані, що можуть бути цікавими та необхідними для майбутнього дослідження про походження та мотивацію утворення нових слів. Ми беремо до уваги такі характеристики:

1. Роль адресанта у суспільстві. Тут відзначають його досвід та професійну підготовку: головний чи другорядний ведучий, журналіст чи репортер, гість програми, перекладач, актор, тощо.

2. Вік адресанта. Зазвичай береться до уваги середній вік мовця, використовуючи наступний віковий діапазон: діти (до 15 років), підлітки (15-25 років), молодь (25-40 років), дорослі (40-60 років), літні люди (понад 60 років).

3. Стать мовця.

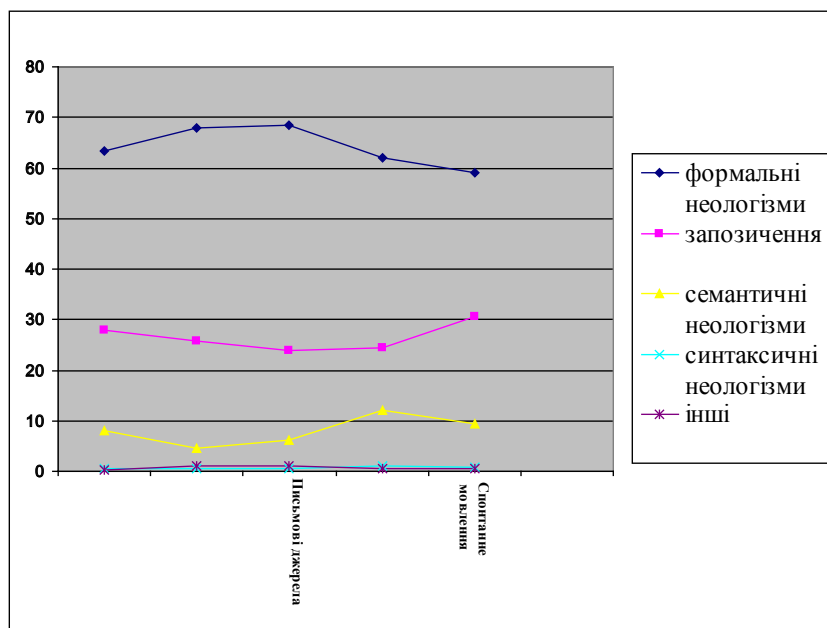
4. Мовна компетенція адресанта (регіональні особливості мови).

Із усього вище названого можемо сказати, що іспанські неологізми взяті із телебачення, радіо та преси нам демонструють наступну картину у відсотковому відношенні.

Таблиця 1.

	формальні	запозичення	семантичні	синтаксичні	інші
Письмові джерела	68,47	23,78	6,1	0,58	1,03
Спонтанне мовлення	59,03	30,49	9,28	0,77	0,46

#### Усні та письмові неологізми



#### Усні та письмові неологізми

Графік 1.

Даний графік показує, що формальна неологія (70%) займає помітне місце у досліджуваній нами мові, наступне місце, хоча із достатнім розривом, посідають запозичення та семантична неологія, а показники синтаксич-

них та інших неологізмів є дуже мізерними. Щодо запозичень популярністю користувалися англiцизми, латина, французька, італійська та баскська мови.

Перше місце в утворенні іспанських неологізмів належить спонтанному усному мовленню. Можемо сказати, що спонтанність усна та спонтанність письмова не мають співвідношення серед запозичень.

Отримані нами висновки показують цікаві відмінності стосовно результатів письмової неології. Хоча неологізми письмових та усних джерел співпадають, проте детальний аналіз кожного типу нам демонструє переваги синтаксичної та синтагматичної неології в усних текстах, тип експресивності мови телебачення, радіо та преси, не зважаючи на контроль та цензуру.

Отже, детальний аналіз показує нам цікаві факти утворення нових слів. Тому наше завдання на сьогодні є збільшити і диверсифікувати корпус неологізмів усного мовлення, та збільшити кількість досліджуваних нами усних матеріалів. Таким чином ми поглибимо наші знання про умови виникнення слів у суспільстві та позамовні фактори їх появи (розвиток економіки, глобалізаційні та міжкультурні процеси, політика).

#### **Література:**

1. Gregory, Michael; Carrol, Suzanne *Lenguaje y situación. Variedades del lenguaje y sus contextos sociales.* / M. Gregory, S. Carrol – México : Fondo de Cultura Económica, 1986.
2. Guerrero Ramos, Gloria *Neologismos en el español actual* / G. Guerrero Ramos. – Madrid : Arco / Libros. – 2. ed. 1997.
3. REY, Alain *Néologisme: un pseudo-concept?* / A. Rey // *Cahiers de Lexicologie* 28, 1976. – P. 3-17.
4. *Diccionario de uso del español de América y España.* – Barcelona : Spes Editorial, 2003.
5. Real Academia Española. *Diccionario de la lengua española.* (22. ed.). – Madrid : Espasa Calpe, 2001. (доступно з: <http://www.rae.es>)
6. ABC [www.abc.es](http://www.abc.es)
7. El Mundo [www.elmundo.es](http://www.elmundo.es)
8. El País [www.elpais.es](http://www.elpais.es)

**Шевченко А. С.,**

Київський національний лінгвістичний університет, м. Київ

## ОБРАЗНИЙ КОМПОНЕНТ СЕМАНТИЧНОЇ СТРУКТУРИ КОНЦЕПТУ *JUSTICIA* / СПРАВЕДЛИВІСТЬ

*Стаття присвячена інтерпретаційному аналізу концепту *JUSTICIA* / СПРАВЕДЛИВІСТЬ у контексті іспаномовного тексту Біблії. У ній визначено зміст образного компоненту, однієї із складових лінгвокультурного концепту. Представлено елементи семантичної структури концепту *JUSTICIA* у вигляді концептуальних метафор та подано їхній аналіз.*

*Ключові слова:* лінгвокультурний концепт, образний компонент, чуттєвий досвід, концептуальна метафора.

*Статья посвящена интерпретационному анализу концепта *JUSTICIA* / СПРАВЕДЛИВОСТЬ в контексте испаноязычного текста Библии. В ней определено содержание образного компонента, одной из составляющих лингвокультурного концепта. Представлены элементы семантической структуры концепта *JUSTICIA* в виде концептуальных метафор и подан их анализ.*

*Ключевые слова:* лингвокультурный концепт, образный компонент, чувственный опыт, концептуальная метафора.

*This article is devoted to interpretative analysis of the concept *JUSTICIA* / JUSTICE in context of the Spanish Bible text. The content of the image component, one of the constituents of linguistic cultural concept, is determined in the article. The elements of the semantic structure of the concept *JUSTICIA* are represented by means of some conceptual metaphors and their analysis is conveyed.*

*Key words:* linguistic cultural concept, image component, sensual experience, conceptual metaphor.

У сучасній лінгвістиці відправною точкою для різноманітних досліджень є людина, її спосіб мислення, взаємодія з іншими людьми і об'єктами навколишньої дійсності, продукти її діяльності. Лінгвокультурологія вивчає мову як феномен культури. «Це бачення світу через призму національної мови, коли мова виступає як виразник особливої національної ментальності» [7, с. 8]. Завдяки культурі людина включається не лише у соціальне поле своєї життєдіяльності, але і в систему загальнолюдських форм існування, зумовлених константами всезагальної культури [1, с. 58].

За визначенням В. І. Карасика та Г. Г. Слишкіна, лінгвокультурний концепт є «умовною ментальною одиницею, спрямованою на комплексне вивчення мови, свідомості і культури» [4, с. 77]. Лінгвокультурні концепти вивчаються з точки зору їх ціннісного компоненту – зіставлення відношень до тих чи інших предметів, явищ, ідей, які мають цінність для носіїв культури. Головне у концепті – це «багатомірність і дискретна цілісність смисла, який існує у неперервному культурно-історичному просторі, і тому є схильним до культурної трансляції із однієї предметної області у іншу» [6, с. 19].

**Актуальність** статті зумовлена дискусійним характером теорій семантичної структури концептів і відсутністю сучасних лінгвокультурологічних досліджень іспаномовної Біблії.

**Метою** дослідження є реконструкція біблійного концепту *JUSTICIA* за допомогою концептуальних метафор, які є вербалізаторами його образного компоненту.

**Завданням** статті є визначення способу вираження образного компоненту концепту *JUSTICIA* та інтерпретація його мовних репрезентацій.

**Об'єктом** дослідження є метафоричне представлення біблійного концепту *JUSTICIA*, вербалізованого у віршах книг Старого та Нового Заповітів іспаномовної Біблії версії Reina-Valera 1960 року.

Під образом розуміємо категорію свідомості, яка відтворює різні аспекти предмета, дії чи події. Вона характеризується наочністю, комплексністю і, відповідно, відсутністю деталізації та схематизмом [5, с. 189]. Відображаючи природний та соціальний світ, образ водночас завжди індивідуальний за рахунок емоційного сприйняття об'єкту. В його формуванні приймає участь пам'ять та уява: вступаючи у складну мережу вже сформованих у людини уявлень і знань про світ, він еволюціонує, зближується з оригіналом чи, навпаки, втрачає схожість із ним. Інтерпретацію концепту як сукупності знань про фрагмент навколишнього світу, яка створюється у першу чергу образами, ми знаходимо і в роботі зарубіжних лінгвістів: «концепти виникають як відображення чуттєвого досвіду, однак згодом можуть зазнавати складних процесів формування та перекомбінації» [10, р. 71–72].

Образний складник виражається у низці метафор, які співвідносяться з іменами – експлікаторами концепта, які наповнюють їх конкретним змістом [3, с. 7; 8, с. 76]. Він формується на основі узагальненого образу / гештальту, в якому закладені почуттєвий індивідуальний досвід і колективне знання. Симбіоз останніх створює певний ореол, який оточує співвідносне з концептом слово [9, с. 57]. Висвітлення проблеми взаємодії значення слова та життєвого досвіду народу суттєво і для розуміння природи метафори, і для розуміння семантичних процесів у цілому.

Метафора – це перш за все спосіб пізнати індивідуальність конкретного предмету чи явища, передати його неповторність. При цьому предикати, якими послуговується мовець, дозволяють надати предмету лише більш чи менш широкі категоріальні (таксономічні) характеристики, включаючи його у клас того чи іншого об'єму. Метафора індивідуалізує предмет, відносячи його до класу, якому він не належить. Вона працює на категоріальній помилці [2, с. 348].

Оскільки справедливість належить до абстрактних сутностей, є складним конструктом соціального життя людини та отримує особливе висвітлення у контексті іспаномовної Біблії, роль метафори в її осмисленні є надзвичайно високою.

У тексті Святого Письма знаходимо наступні метафоричні переноси концепту *JUSTICIA*:

**1. Праведність – життя:** *Y si dijereis: ¿Por qué el hijo no llevará el pecado de su padre? Porque el hijo hizo según el derecho y la justicia, guardó todos mis estatutos y los cumplió, de cierto vivirá (Ezeq. 18:19); Quien llevó él mismo nuestros pecados en su cuerpo sobre el madero, para que nosotros, estando muertos a los pecados, vivamos a la justicia; y por cuya herida fuisteis sanados (1 Ped. 2:24).* Праведні вчинки, які базуються на дотриманні Закону Божого та його заповідей в контексті Старого та Нового Заповітів, є запорукою фізичного та духовного життя людини.

**2. Праведність – велич:** *La justicia engrandece a la nación; mas el pecado es afrenta de las naciones (Prov. 14:34); Aun en la vejez y las canas, oh Dios, no me desampares, hasta que anuncie tu poder a la posteridad, y tu potencia a todos los que han de venir, y tu justicia, oh Dios, hasta lo excelsa. (Sal. 71:18-19).* Праведність – це якість, яка возвеличує націю; Божа праведність – велична, сягає високості.

**3. Справедливість – світло:** *Mas a vosotros los que teméis mi nombre, nacerá el Sol de justicia, y en sus alas traerá salvación; y saldréis, y saltaréis como becerros de la manada (Mal. 4:2); No os unáis en yugo desigual con los incrédulos; porque ¿qué compañerismo tiene la justicia con la injusticia? ¿Y qué comunión la luz con las tinieblas? (2 Cor. 6:14).* Справедливість у Біблії представлена у вигляді світла, беззаконня (несправедливість) є пільмою. Це полярні сутності, які не мають нічого спільного одна з одною, вони взаємовиключають одна одну.

**4. Справедливість – ваги:** *Péseme Dios en balanzas de justicia, y conocerá mi integridad (Job 31:6); Pésalos según su iniquidad, oh Dios, y derriba en tu furor a los pueblos (Sal. 56:7).* Ваги – символ судової влади, правосуддя. У біблійному контексті миром людських вчинків є справедливість.

*Justicia* – це те, що одягається (у повсякденному житті, міжперсональних стосунках – одяг, у життєвій боротьбі – броня, під час святкування – прикраса):

**5а. Праведність – одяг:** *Me vestía de justicia, y ella me cubría; como manto y diadema era mi rectitud (Job 29:14); Y vestíos del nuevo hombre, creado según Dios en la justicia y santidad de la verdad (Ef. 4:24).*

**5б. Справедливість – броня:** *Pues de justicia se vistió como de una coraza, con yelmo de salvación en su cabeza; tomó ropas de venganza por vestidura, y se cubrió de celo como de manto (Is. 59:17); Estad, pues, firmes, ceñidos vuestros lomos con la verdad, y vestidos con la coraza de justicia (Ef. 6:14).*

**5в. Правда – прикраса:** *Con justicia serás adornada; estarás lejos de opresión, porque no temerás, y de temor, porque no se acercará a ti (Is. 54:14).*

**6. Праведність – дорога, напрямок:** *Porque vino a vosotros Juan en camino de justicia, y no le creísteis; pero los publicanos y las ramerías le creyeron; y vosotros, viendo esto, no os arrepentisteis después para creerle (Mat. 21:32); Mas tú, oh hombre de Dios, huye de estas cosas, y sigue la justicia, la piedad, la fe, el amor, la paciencia, la mansedumbre (1 Tim. 6:11).* Праведність – це дорога, якою має слідувати благочестива людина. Стежки справедливості – це стежки, якими йдуть по життю віруючі люди.

У межах загальновідомої концептуальної метафори *життя-дорога (подорож)* (Дж. Лакофф, М. Джонсон) у тексті іспаномовної Біблії виокремлюємо наступні похідні метафори:

**7. Життя – дорога:**

**А) праведність – охоронець на дорозі:** *La justicia guarda al de perfecto camino; Mas la impiedad trastornará al pecador (Prov. 13:6).* Праведність охороняє того, хто пильнує свої життєві шляхи і намагається жити благочестиво.

**Б) справедливість – поводитир:** *La justicia del perfecto enderezará su camino; mas el impío por su impiedad caerá (Prov. 11:5); Entonces nacerá tu luz como el alba, y tu salvación se dejará ver pronto; e irá tu justicia delante de ti, y la gloria de Jehová será tu retaguardia (Is. 58:8).* У згаданому контексті справедливість персоніфікується та у якості особи випростовує дорогу невинного, іде попереду і вказує правильний напрямок.

Також концепт *JUSTICIA* вербалізується у метафорах влади:

**8а. Праведність – складова Царства Божого:** *Mas buscad primeramente el reino de Dios y su justicia, y todas estas cosas os serán añadidas (Mat. 6:33); Porque el reino de Dios no es comida ni bebida, sino justicia, paz y gozo en el Espíritu Santo (Rom. 14:17).* Репрезентацією найвищої влади є Царство Небесне (Боже). Однією із його складових є праведність.

**8б. Справедливість – основа Божого престолу:** *Jehová reina; regocíjese la tierra, alégrense las muchas costas. Nubes y oscuridad alrededor de él; justicia y juicio son el cimiento de su trono (Sal. 97:1-2); Tu trono, oh Dios, es eterno y para siempre; cetro de justicia es el cetro de tu reino (Sal. 45:6).* У зазначених віршах підстава Господнього трону та берло Його царства є втіленням справедливості.

**9. Справедливість – основа царського трону:** *Aparta al impío de la presencia del rey, y su trono se afirmará en justicia (Prov. 25:5); Porque este Melquisedec, rey de Salem, sacerdote del Dios Altísimo, que salió a recibir a Abraham que volvía de la derrota de los reyes, y le bendijo, a quien asimismo dio Abraham los diezmos de todo; cuyo nombre significa primeramente Rey de justicia, y también Rey de Salem, esto es, Rey de paz (Hebr. 7:1-2).* На кшталт небесної влади земна також має базуватися на чесноті справедливості. Трон царя міцно поставляється справедливістю за умови, коли віддалити безбожного з-перед обличчя царєвого.

**10. Праведність – насіння:** *El impío hace obra falsa; mas el que siembra justicia tendrá galardón firme (Prov. 11:18); Y el fruto de justicia se siembra en paz para aquellos que hacen la paz (Sant. 3:18).* Сільське господарство – це вид діяльності, якою людина займалася з початку її існування на Землі. Сільськогосподарські метафори є зрозумілими для всіх народів, у тому числі для іспанського. Після посіву працівник очікує зібрати врожай з певної культури, так само той, хто сіє праведність, матиме праведну нагороду.

**11а. Праведність – цвітіння, родючість:** *Florecerá en sus días justicia, y muchedumbre de paz, hasta que no haya luna (Sal. 72:7); Y habitará el juicio en el desierto, y en el campo fértil morará la justicia (Is. 32:16).* У межах сільськогосподарської метафори праведність розквітає та населяє родюче поле.

**116. Праведність має плід:** *¿Correrán los caballos por las peñas? ¿Ararán en ellas con bueyes? ¿Por qué habéis vosotros convertido el juicio en veneno, y el fruto de justicia en ajeno? (Amós 6:12); Y el que da semilla al que siembra, y pan al que come, proveerá y multiplicará vuestra sementera, y aumentará los frutos de vuestra justicia (2 Cor. 9:10).* Людська праведність у Біблії набуває позитивної або ж негативної конотації. Її плодом у першому прикладі є полин (негативна), а у другому апостол Павло обіцяє, що Бог буде сам примножувати плоди праведності вірян (позитивна конотація).

**12. Пагінець справедливості – Ісус:** *En aquellos días y en aquel tiempo haré brotar a David un Renuevo de justicia, y hará juicio y justicia en la tierra (Jer. 33:15); Pues si por la transgresión de uno solo reinó la muerte, mucho más reinarán en vida por uno solo, Jesucristo, los que reciben la abundancia de la gracia y del don de la justicia (Rom. 5:17).* Ісус Христос зображений як паросток, пагін справедливості. У іспаномовній Біблії вживається лексема «renuevo», яка також означає «відновлення, відбудову», що свідчить про духовне відновлення людей, які приймають дар Божої праведності через віру у Христа.

**13. Справедливість – визволитель:** *No aprovecharán las riquezas en el día de la ira; mas la justicia libraré de muerte (Prov. 11:4); Buscad a Jehová todos los humildes de la tierra, los que pusisteis por obra su juicio; buscad justicia, buscad mansedumbre; quizá seréis guardados en el día del enojo de Jehová (Sof. 2:3).* Справедливість знову персоніфікується і зображається як спаситель від смерті, як захист від Божого гніву.

**14. Справедливість – товариш миру:** *La misericordia y la verdad se encontraron; la justicia y la paz se besaron (Sal. 85:10).* Справедливість і мир поцілувалися. Товариські відносини між людьми переносяться у сферу умовляючих сутностей.

**15. Правда – зброя:** *En palabra de verdad, en poder de Dios, con armas de justicia a diestra y a siniestra (2 Cor. 6:7).* Правда у вигляді зброї – це те, чим людина може перемагати у життєвій боротьбі.

**16. Жертва правди – жертва праведної людини:** *Entonces te agradarán los sacrificios de justicia, el holocausto u ofrenda del todo quemada; entonces ofrecerán becerros sobre tu altar (Sal. 51:19); Llamarán a los pueblos a su monte; allí sacrificarán sacrificios de justicia, por lo cual chuparán la abundancia de los mares, y los tesoros escondidos de la arena (Deut. 33:19).* Різні жертви приносилися у знак поклоніння Богові у часи Старого Заповіту. Проте головним було те, щоб жертвоприношення здійснювалися з праведним серцем і чистим сумлінням.

**17а. Справедливість – опора:** *Mi justicia tengo asida, y no la cederé; no me reprochará mi corazón en todos mis días (Job 27:6); Mas tú has llenado el juicio del impío, en vez de sustentar el juicio y la justicia (Job 36:17).* На прикладі Йова за свою справедливість може триматися віруюча людина, цим вона заспокоює власну совість.

**17б. Правдива опора – Бог:** *No temas, porque yo estoy contigo; no desmayes, porque yo soy tu Dios que te esfuerzo; siempre te ayudaré, siempre te sustentaré con la diestra de mi justicia (Is. 41:10).* Однак правдивою опорою є лише Господь, укріплюючи того, хто надію покладає на Нього. Бог допомагає такій людині і підтримує її правдивою Своєю правдою.

**18. Правда – свідоцтва Божі:** *Justicia eterna son tus testimonios; dame entendimiento, y viviré (Sal. 119:144).* У свідоцтвах та одкровеннях Божих прихована вічна правда, розуміння її забезпечує повноцінне життя.

**19. Правда – закон Божий:** *Oídme, los que conocéis justicia, pueblo en cuyo corazón está mi ley. No temáis afrenta de hombre, ni desmayéis por sus ultrajes (Is. 51:7); Mas el impío, si se apartare de todos sus pecados que hizo, y guardare todos mis estatutos e hiciere según el derecho y la justicia, de cierto vivirá; no morirá (Ezeq. 18:21).* Правда репрезентована також у тексті Божого Закону, його заповідей, статутів та правового порядку.

**20. Правда – непотрібна річ (для нечестивих):** *Los que convertís en ajeno el juicio, y la justicia la echáis por tierra (Amós 5:7).* Нечестиві люди змінюють суд на полин, і кидають правду (Божий Закон) на землю.

**21. Справедливість – плата:** *Y Jehová pague a cada uno su justicia y su lealtad; pues Jehová te había entregado hoy en mi mano, mas yo no quise extender mi mano contra el ungido de Jehová (1 Sam. 26:23).* У Біблії Бог відплачує кожному відповідно до його справедливості, до того, на що людина заслуговує згідно своїх вчинків.

**22. Справедливість – помста (суд):** *Cuando los naturales vieron la víbora colgando de su mano, se decían unos a otros: Ciertamente este hombre es homicida, a quien, escapado del mar, la justicia no deja vivir (Hech. 28:4).* Справедливість є також судовим вироком, який може як виправдати, так і засудити людину до смерті.

**23. Праведність – вінок:** *Por lo demás, me está guardada la corona de justicia, la cual me dará el Señor, juez justo, en aquel día; y no sólo a mí, sino también a todos los que aman su venida (2 Tim. 4:8).* На всіх християн, які залишаться вірними Господу та Його заповідям при житті, чекає винагорода на небесах у вигляді вінка праведності.

**24. Праведність – спадок:** *Por la fe Noé, cuando fue advertido por Dios acerca de cosas que aún no se veían, con temor preparó el arca en que su casa se salvase; y por esa fe condenó al mundo, y fue hecho heredero de la justicia que viene por la fe (Hebr. 11:7).* Праведність – небесна спадщина, яку отримують люди через віру у Христа.

Таким чином, образний компонент семантичної структури концепту JUSTICIA актуалізується на вербальному рівні через наступні концептуальні метафори: *праведність-життя, праведність-велич, справедливість-світло, праведність-дорога, жертва правди-жертва праведної людини, справедливість-опора, правдива опора-Бог, правда-свідоцтва Божі, справедливість-плата, справедливість-помста, праведність-вінок, праведність-спадок.* У межах загальновибраної метафори *життя-дорога* виділяються похідні метафори: *праведність-охоронець на дорозі, справедливість-поводир.*

Крім того, концепт JUSTICIA вербалізується через концептуальні метафори, що пов'язані з воєнною тематикою: *справедливість-броя, справедливість-визволитель, правда-зброя, справедливість-товариш миру.* Низка метафор характеризують владу: *праведність-складова Царства Божого, справедливість-основа Божого престолу, справедливість-основа царського трону, правда-закон Божий.* Концепт JUSTICIA актуалізується через побутові метафори: *праведність-одяг, правда-прикраса, справедливість-ваги, правда-непотрібна річ.* Тематика



*сільського господарства втілена у наступних метафорах: праведність-насіння, праведність має плід, праведність-родючість, Пагінець справедливості-Ісус.*

*Метафоричні переноси, які актуалізують концепт JUSTICIA у Біблії, відображають особливий спосіб світобачення, згаданий концепт набуває нового смислового наповнення у межах іспаномовної картини світу. У концептуальних метафорах відображається національна самобутність мовного колективу, породжена умовами життя народу та його історичним буттям.*

**Перспективами дослідження** є представлення та аналіз побудови поняттєвого, ціннісного, національно-культурного та ідейного компонентів семантичної структури концепту JUSTICIA на матеріалі іспаномовного тексту Біблії.

#### **Література:**

1. Алефиренко Н. Ф. Культура и языковое сознание / Николай Федорович Алефиренко // Языки и транснациональные проблемы: Мат-лы I междунар. науч. конф. 22-24 апреля 2004 года. Т. II / Отв. ред. Т. А. Фесенко. – М. –Тамбов : Изд-во ТГУ им. Г. Р. Державина, 2004. – С. 56-62.
2. Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека / Нина Давыдовна Арутюнова. – [2-е изд., испр.] – М. : «Языки русской культуры», 1999. – I-XV, 896 с.
3. Воркачев С. Г. Счастье как лингвокультурный концепт / Сергей Григорьевич Воркачев. – М. : Гнозис, 2004. – 236 с.
4. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / Владимир Ильич Карасик. – Волгоград : Перемена, 2002. – 477 с.
5. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность / Юрий Николаевич Караулов. – М. : КомКнига, 2006. – 264 с.
6. Ляпин С. Х. Концептология: к становлению подхода / Сергей Харитонович Ляпин // Концепты. Вып. I. – Архангельск, 1997. – С. 11-35.
7. Маслова В. А. Лингвокультурология: [учеб. пособ. для студ. высш. учеб. заведений] / Валентина Авраамовна Маслова. – [4-е изд., стер.] – М. : Издат. центр «Академия», 2010. – 208 с.
8. Попова З. Д. Семантико-когнитивный анализ языка / Зинаида Даниловна Попова, Иосиф Абрамович Стернин. – Воронеж : Истоки, 2006. – 228 с.
9. Приходько А. М. Концепти і концептосистеми в когнітивно-дискурсивній парадигмі лінгвістики / Анатолій Миколайович Приходько. – Запоріжжя : Прем'єр, 2008. – 332 с.
10. Palmer Gary V. Lingüística cultural / Gary V. Palmer. – Madrid: Alianza Editorial, 2000. – 384 p.

#### **Джерела ілюстративного матеріалу:**

11. Santa Biblia. Reina-Valera 1960 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://labibliaweb.com/?cat=122>.

Шериньова А. В.,  
КНЛУ, м. Київ

## ОСОБЛИВОСТІ ОБРАЗОТВОРЕННЯ В АНГЛОМОВНОМУ ХАЙКУ: КОГНІТИВНО-СЕМІОТИЧНИЙ АСПЕКТ

У статті розглядаються особливості образотворення в англomовному хайку – жанрі орієнтальної поетичної мініатюри, запозиченому зі східної культури, що активно розбудовується в сучасній західній поезії.

Ключові слова: хайку, метафора, іконічність, образотворення.

В статье рассматриваются особенности формирования образности в англоязычном хайку – жанре ориентальной поэтической миниатюры, заимствованном из восточной культуры и активно развивающемся в современной западной поэзии.

Ключевые слова: хайку, метафора, иконичность, формирование образности.

The article elucidates some features of image-building in English haiku – an oriental miniature genre borrowed from Eastern culture and steadily growing today in contemporary occidental poetry.

Key words: haiku, metaphor, iconicity, image-building.

Англomовний хайку – один із запозичених зі Сходу жанрів поетичної мініатюри, що активно розвивається сьогодні в західному англomовному світі [2; 3; 6; 11]. Розвиток хайку, що зорієнтований на відмінну від західної образність, у новому культурному середовищі зумовлює певні трансформації характерних для нього механізмів образотворення [2, с. 47].

Іконічність, що відіграє велику роль в образотворенні японського хайку, вже виступала предметом наукових студій (див. *Metaphor and Iconicity: A Cognitive Approach to Analyzing Texts* [5]). У нашій статті досліджуються особливості образотворення в англomовному хайку, розглянуті в когнітивно-семіотичному аспекті, що зумовлює актуальність обраної теми.

Об'єктом статті є корпус англomовних хайку, а її предметом – когнітивно-семіотичні особливості образотворення у таких поетичних мініатюрах. Окремі дослідження іконічності як підґрунтя метафоричної образності в східних хайку з погляду когнітивної лінгвістики [там само] свідчать про доцільність застосування для розгляду специфіки образотворення в англomовному хайку методик концептуального аналізу, зокрема технік реконструкції концептуальних метафор [8], а також методик когнітивно-іконічного аналізу. Метою статті є розкриття особливостей образотворення в англomовному хайку – жанрі, що поєднує в собі західні та східні поетичні образотворчі засоби.

Образотворення в англomовних орієнтальних поетичних мініатюрах визначаємо як процес і продукт дії механізмів візуалізації цілісності поетичного образу, що реалізується на двох рівнях – вербальному (словесному) і концептуальному. Завдання цієї статті – розглянути поетичні образотворчі засоби, що функціонують на обох рівнях творення образності в англomовному хайку.

Образотворення на вербальному рівні передбачає залучення до формування образності традиційних для західної поезії тропів та засобів виразності фонетичного, морфологічного та синтаксичного гатунків, напр.:

*a domesticated butterfly  
it kisses all the women  
I cannot kiss*

Robert Smith [14, с. 14].

У хайку британського поета Роберта Сміта створено декілька простих, але оригінальних, і навіть парадоксальних образів – метелика, що «одомашнився» (*domesticated butterfly*), ліричного героя (I) та жінок, яких йому, на відміну від метелика, не можна цілувати (*all the women I cannot kiss*). Метелик – це дика комаха, а навіть якщо хтось і тримає його як домашню тваринку, навряд чи останній свідомо цілує жінок. Тому дієприкметник *domesticated* розглядатимемо як епітет, що вказує на близький зв'язок людини і природи, яку людина постійно прагне приборкати.

Доторк метелика до шкіри жінок метафорично зображується як поцілунок (*butterfly kisses*), який передбачає тілесний контакт двох людей. Відчувається легке розчарування ліричного героя і його іронія щодо такого стану справ – герой ніби протиставляє себе метелику, внаслідок чого народжується іронічна антитеза (*butterfly kisses – I cannot kiss*).

Окрім традиційних образотворчих засобів, в англomовному хайку присутні і ті, що були запозичені з японського хайку і водночас виступають жанровими ознаками хайку в обох мовах, – це сезонне слово, або ж кіго (*kigo*), та межове слово, кірейї (*kireji*) [4; 11], наприклад: *The frost is so thick / on the black window: where will / the wild creatures sleep?* (Bill West [15, с. 4]).

У наведеному прикладі слово *frost* – «мороз» – вказує на зиму як найхолоднішу пору року. Віднесеність до пори року у поєднанні з іншими образами хайку породжує загальний поетичний образ холодної, суворої зими завдяки асоціаціям, навіяним словами *frost* («мороз») і *black window* («чорне вікно») [1, с. 12], а переживання і навіть страх про самотніх звірів (*wild creatures*) підсилюють почуття смутку.

Інкoли сезонна віднесеність в англomовному хайку позначається словосполученням або ж розуміється з контексту цілого вірша; така віднесеність може вказувати на інші природні цикли або ж бути розмитою, як у наступному прикладі: *A whole universe / Inside a water drop – / The drained cup* (Rebecca Lilly [15, с. 10]). У цьому хайку

відсутній знак-індекс – кіго – як засіб творення поетичного образу певної пори року. Проте можна припустити, що словосполучення *the drained cup* – «осушена чашка» – відносить хайку до літа, коли сонце позбавляє вологи все живе. Утім, у прикладі присутнє межове слово, позначене пунктуаційно – за допомогою тире, що є достатньо типовим для англomовного хайку. Тире, двокрапка, кома та інші розділові знаки впливають на відношення між образами в хайку: інколи наступний образ метафорично протиставляється попередньому образу, а інколи – взаємодоповнює його [11, с. 16].

Звідси робимо проміжний висновок про те, що образність в англomовних орієнтальних поетичних мініатюрах твориться за допомогою традиційних для західної поезії засобів образотворення (тропів та фігур) на різних рівнях тексту (метафора, епітет, антитеза та ін.) і включає образотворчі засоби (кіго, кірейї), запозичені з японської поезії, модифікуючи та змінюючи їх певним чином.

Розглянувши поетичні образотворчі засоби в англomовному хайку на вербальному (словесному) рівні, Дослідження взаємозв'язку метафори та іконічності як когнітивних операцій, що ґрунтуються на певних аналогіях, допомагає розкрити специфіку концептуальних механізмів образотворення в англomовних орієнтальних поетичних мініатюрах. Зв'язок метафори та іконічності може проявлятися двояко: з одного боку, моменти іконічності присутні в метафорі, а з іншого, саме метафоричне значення часто надає іконічності формам на різних рівнях тексту – фонологічному, морфемному, структурно-композиційному, візуальному та ін. [5, с. 13].

Відома класифікація знаків-ікон, розроблена Ч. Пірсом, спирається на їх поділ на образи-зображення (images), діаграми (diagrams) та метафори (metaphors), в основі чого лежать принципи імітування, аналогії та паралелізму [9]. Образи-зображення – це знаки, що відображають найпростіші якості чи ознаки об'єктів реальності, просто імітуючи їх. Знаки, що вказують на відношення між частинами позначуваного, аналогічні до відношень її частин в позначувальному, – це діаграми; а ті, що репрезентують характер об'єкта через паралелізм у чомусь іншому – метафори [там само]. Всі ці різновиди іконічних знаків простежуються на різних різних текстах хайку.

В англomовному хайку, що передовсім є віршем про природу, благоговіння та злиття з нею, зв'язок людини з природою репрезентується за допомогою чуттєвих, сенсорних образів [11, с. 20], напр.: *watching / snowflakes drop into the lake / become the lake* (Caroline Gourlay [16, с. 25]). Наведений хайку включає два конкретні чуттєві образи-зображення – сніжинки (*snowflakes*) та ставок (*the lake*), куди сніжинки падають і розчиняються. Образ-зображення сніжинок одночасно виступає і сезонним словом – кіго, вказуючи на віднесеність цього хайку до зимової пори року. Виділені образи-зображення, незважаючи на свою позірну простоту, ніяк не применшують чарівність мініатюри, а навпаки – підвищують цінність явища, малопомітного в буденному житті.

Жанр англomовного хайку завжди репрезентує певні відношення між декількома образами, утворюючи глобальний образ хайку – діаграматичний гештальт-образ [7, с. 44]. Його структуру можемо змоделювати як схемний образ (image-schema), що завжди містить певний момент іконічності [5, с. 6]. Схемний образ, який структурно відображає відношення між образами попереднього хайку, формуючи образну структуру тривірша в цілому, можна схарактеризувати як Метаморфоза (Transformation) – перетворення сніжинок на воду озера (*snowflakes / drop in the lake / become the lake*).

Третій тип знаків-ікон – метафора – має ускладнену природу, адже передбачає існування не лише знаку та об'єкту, який цей знак представляє, а й наявність паралелізму між ними, що проявляється в семантичних асоціаціях між знаком та об'єктом [там само, с. 32].

Поетичні тексти хайку можуть бути метафоричними на двох рівнях. З одного боку, вони включають локальні метафори, що репрезентуються вербально, а з іншого, цілий текст може бути прочитаний метафорично як глобальна метафора, наприклад: *plastic pond / the frog jumps / past it* (David Cobb [13, с. 46]).

«Пластмасовий ставок» (*plastic pond*) виступає локальною поетичною метафорою, що втілює концептуальну метафору ЗАБРУДНЕНІСТЬ Є ЧУЖОРІДНІ ПРЕДМЕТИ/РЕЧІ. Вона входить до складу глобальної метафори хайку, концептуальною базою якої служить метафора ПОРЯТУНОК Є ВТЕЧА (*the frog jumps / past it [the plastic pond]* – «жаба стрибає повз забрудненого ставка»), можливо, у пошуку іншого водоймища. Образ-зображення жаби, що оминає забруднений людською діяльністю ставок, метафорично втілює спроби природи уберегти себе від руйнівної поведінки людини.

Розглянувши іконічні моменти в метафорі, звернімося до того, яким чином метафоричне значення надає іконічності самій формі вірша на фонетичному, синтаксичному та візуальному рівнях.

Є чимало конвенційних метафор, що функціонують як важливі засоби надання формі іконічного значення. Такі метафори М. Хігара називає «граматичними метафорами», тому що вони відображають зв'язок форми та значення в граматичних (морфологічних, словотвірних) та пов'язаних з ними фонологічних категоріях і порядку слів [5, с. 41]. Сюди відносимо асонанс, алітерацію, риму, ритм та ін., в основі чого лежать концептуальні метафори БІЛЬШЕ ЗНАЧЕННЯ – ЦЕ БІЛЬШЕ ФОРМИ, СХОЖІСТЬ ВМІСТУ – ЦЕ СХОЖІСТЬ ФОРМИ і под. [там само, с. 41, 48].

Наприклад, у проаналізованому нами хайку про жабу звук /p/, який алітерується у тривірші чотири рази, що є виявленням концептуальної метафори БІЛЬШЕ ЗНАЧЕННЯ – ЦЕ БІЛЬШЕ ФОРМИ, може імітувати звук стукоту по пластмасі, а також звук пустоти, що його взято на більш абстрактному рівні. Граматичні метафори функціонують на макрорівні тексту, тому можуть бути віднесені до глобальних метафор [там само, с. 48].

Отже, особливості образотворення в англomовному хайку полягають у поєднанні поетичних образотворчих засобів, запозичених зі східної, японської поезії (сезонне слово, межовий момент), які виступають водночас і жанровими характеристиками хайку, модифікуючись певним чином завдяки специфіці англійської мови, як і власне західного типу письма, та поетичних засобів, традиційних для західної поезії – тропів та стилістичних фігур (епітет, метафора, іронія, антитеза та ін.). Дослідження зв'язку метафори та іконічності дозволяє розкрити особливості образотворення в англomовному хайку на концептуальному рівні.

Перспективи наших подальших досліджень складає питання лінгвокультурологічного навантаження образності та образотворчих засобів англomовного хайку – жанру, що сьогодні активно розвивається в Європі, Америці та Австралії і все більше стає самостійним поетичним жанром [6, с. 9].

#### Література:

1. Серебряков Д. Хайку. Японская поэзия XVI-XVII веков / Дмитрий Серебряков, Юлия Зартайская. – СПб. : Издательский дом «Нева», 2000. – 383 с.: ил.
2. Blundell, Colin. Where do You Stand? // *Blithe Spirit. Journal of the British Haiku Society* (ed. by Colin Blundell). 2011. – Vol. 21. No. 1. – P. 47-54.
3. Cobb, David. Is There A Gendai In Your Nest? // *Blithe Spirit. Journal of the British Haiku Society* (ed. by Colin Blundell). – 2011. – Vol. 21, No. 4. – P. 4-5.
4. Gilbert R. Kigo and Seasonal Reference: Cross-cultural Issues in Anglo-American Haiku [Електронний ресурс] / Richard Gilbert. Режим доступу: <http://www.iyume.com/kigo/kigo-cross-cultural-issues.htm>.
5. Higara K. M. Metaphor and Iconicity: A Cognitive Approach to Analyzing Texts / Masako K. Higara. – New-York : Palgrave Macmillan, 2005. – 261 p.
6. Higginson J. William. The Haiku Seasons: Poetry of the Natural World / William J. Higginson. – Tokyo, New York, London : Kodansha International, 1996. – 171 p.
7. Jones, Noragh. When the Puppet Cuts Its Strings // *Blithe Spirit. Journal of the British Haiku Society*. – 2012. – Vol. 22, No. 1. – P. 44-47.
8. Lakoff G. Metaphors We Live By / G. Lakoff, M. Johnson. – Chicago: The University of Chicago Press, 1980. – 241 p.
9. Peirce's Theory of Signs [Електронний ресурс] // *Stanford Encyclopedia of Philosophy* / Режим доступу: <http://plato.stanford.edu/entries/peirce-semiotics/>.
10. Ross, Bruce. How to Haiku / Bruce Ross. – Boston, Mass : Tuttle Publ., 2002. – 63 p.
11. Swede, George. Towards a Definition of the English Haiku / George Swede // *Global Haiku: Twenty-Five Poets World-Wide*; ed. by George Swede and Randy Brooks. Oakville, Ontario : Canada and Mosaic Press, 2000. – P. 14-33.
12. What is Haiga? [Електронний ресурс] / Режим доступу : <http://www.reedscontemporaryhaiga.com/WhatIsHaiga.htm>.

#### Джерела ілюстративного матеріалу:

1. Cobb, David. Veter se obrne = A Shift in the Wind / David Cobb; [v slovenščino prevedla Slavica Šavli = translated into Slovene by Slavica Šavli; spremna beseda Jim Kacian = foreword Jim Kacian]. – Ljubljana; Društvo Apokalipsa, 2007. – (Zbirka Haiku = Haiku Series; 2007, 1).
2. *Blithe Spirit. Journal of the British Haiku Society* (ed. by Colin Blundell). – 2011. – Vol. 21, No. 4. – 78 p.
3. Kō. *Haiku Magazine in English*. – 2010. – Vol. 25. No. 4. – 46 p.
4. Lucas, Martin. *Stepping Stones: A Way Into Haiku* / Martin Lucas. – Essex: British Haiku Society, 2007. – 192 p.

**Школяр Н. В.,**

*Хмельницький національний університет, М. Хмельницький*

## ЕМОЦІЙНО-ЕКСПРЕСИВНИЙ КОМПОНЕНТ ПАМ'ЯТІ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ: НА МАТЕРІАЛІ УКРАЇНСЬКОЇ ТА АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

*У статті зроблено спробу накреслити певні напрями дослідження емоційно-експресивного компоненту пам'яті фразеологічних одиниць та показано механізм його появи і збереження.*

**Ключові слова:** емоційно-експресивний компонент, емоційність, фразеологічна одиниця, метафора.

*В статье сделана попытка наметить определённые направления исследования эмоционально-экспрессивного компонента памяти фразеологических единиц и показан механизм его появления и сохранения.*

**Ключевые слова:** эмоционально-экспрессивный компонент, эмоциональность, фразеологическая единица, метафора.

*The article presents an attempt to indicate different researches dealing with the emotional and expressive component of idioms. The mechanisms of appearance and preservation of the emotional and expressive components are shown.*

**Key words:** emotional and expressive component, emotionality, idiom, metaphor.

Когнітивний аналіз фразеологічних одиниць не просто виявляє номінацію певного явища, предмету, але й виражає відношення, розкриває інформацію, яка формує зміст фразеологізму. Когнітивний підхід надає змогу уявити фрагменти світу та їх національне бачення окремими блоками, які можуть включатися у периферію більших блоків знань. Таким чином, аналіз окремих фразеосемантичних полів та виділення їх у рамках моделей сприяє виявленню національних особливостей поділу світу і маніфестації мислення у кожному фразеологізмі.

Актуальність дослідження зумовлюється загальним інтересом сучасної лінгвістики до виявлення національної специфіки структур мови, що розглядаються. Фразеологічні одиниці досліджуються не лише з метою розкриття семантичних, національно-культурних особливостей мови, але також з метою реконструкції фразеологічної картини світу, що є одним з найважливіших завдань сучасної лінгвістики, проблемами якої присвячено праці таких науковців як В. Н. Телія, О. С. Кубрякова, І. В. Іванова, З. Д. Попова, та ін..

Серед усіх методологічних принципів, характерних когнітивній лінгвістиці, превалює принцип антропоцентризму. У центрі мовотворчості перебуває людина, відбір і оцінка нею найрізноманітніших реалій та оцінка самої людини [8, с. 42]. У фразеології антропоцентризм відчувається в спрямованості на характеристику людини за допомогою різних засобів, багато фразеологічних одиниць вживаються на позначення реалій інтелектуальної та трудової діяльності людини, її емоційного та психічного стану, суспільної поведінки, її соціального стану, стосунків між людьми. Навіть реалії, що не стосуються характеристики людини, пропускаються крізь призму людських почуттів та емоцій. Мислення людини створює в процесі трудової та сигнально-мовленнєвої діяльності певні поняття про речі, їх властивості та відношення.

У філологічній науці панує думка, що слово – це не лише засіб для передачі інформації, але й інструмент думки й акумулятор культури [11, с. 78]. Здатність акумулювати у собі культурні смисли – властивість живої мови, що впродовж багатьох віків застосовується у різноманітних потребах і стає скарбницею усього нашого минулого життя.

Роль людини і мови у процесах пізнання не може бути применшеною. Між дійсністю, її сприйняттям людиною і мовою існує найтісніший зв'язок, оскільки мова кодує світ. Оскільки людина ніколи цілком і повністю не може відобразити навколишній світ, і пізнання навколишнього світу завжди передбачає відомий життєвий досвід та є постійним процесом, поступовим накопиченням знань, вивченням того, що існує на землі, і того, що на ній відбувається, можна припустити, що за допомогою мови кодується декілька «світів» – світ «як він є» та світ нашої психіки, світ, який ми отримали і який ми досягаємо у безпосередньому сприйнятті, та світ, який уже є «пропущеним» крізь нашу свідомість і певним чином уже є препарованим розумом, інтелектом чи то відповідно певним вродженим схемам, ідеальним образам речей, чи то відповідно сітці, яку накладають мовні категорії [2, с. 78].

У більшості існуючих сьогодні когнітивних концепцій про мову постулюється виключна роль чуттєвого, наочного сприйняття світу для всієї будови мови. Якщо має місце відображення у голові людини й у мові «об'єктивних властивостей дійсності» [2, с. 78], то можна говорити і про відображення емоційного стану людини, як відповіді на самі явища дійсності. При зіткненні з певними подіями, реаліями у свідомості людини виникає емоційна відповідь (реакція), яка відображається не лише у голові людини, але й у мові. Тому, якщо в результаті безпосереднього відображення предметів та явищ навколишнього світу у голові людини можуть створюватися поняття, умовою появи яких є накопичення відомостей про ці предмети чи явища, то можна говорити і про збереження відомостей про емоційну реакцію на певні явища чи події.

Відображуючи у своїй семантиці тривалий процес розвитку культури народу, фразеологізми фіксують і передають від покоління до покоління культурні установки і стереотипи. Фразеологізми, згідно загально визнаної думки, відображують у своїх образних підгрунтях окультурене світобачення народу, в тому числі – й найстародавніші його прошарки, вони передають пам'ять про них з покоління у покоління [8, с. 215].

Призначення фразеологічних одиниць у системі мови більше полягає у вираженні емоційних, моральних, етичних реакцій ніж у відображенні понять. У цьому плані фразеологізми є дуже близькими до «культурних» знаків, архетипів культури, культурних констант та фреймів, однією з головних властивостей яких є пробудження в людині ряду асоціацій. І культурні знаки, і «художні твори у мініатюрі» – прислів'я, ідіоми будуються на

характеристичному переосмисленні ситуацій з конкретного чи ілюзорного, придуманого життя, походять від спільних, стійких ситуацій з міфологічної, побутової сфер, а також зі сфери праці.

Перевага експресивного компонента над предметно-логічним змістом зумовлює хоч повільну, але постійну динаміку фразеологічного складу в загальному фонді вторинних мовних одиниць і компонентного складу в структурі фразеологічних одиниць. Експресивно-емоційний аспект фразеологізмів зумовлений їх образним змістом, етимологічним асоціатом, що пробуджує активну діяльність уяви, спонукає до мислення. Відбувається «акумуляція» різночасових, колишніх і порівняно пізніх, осмислень внутрішньої форми фразеологізму. В процесі спілкування може відбуватися як більш поверхневе «читання» внутрішньої форми виразу, так і актуалізація більш глибоких співвідношень.

Психологи стверджують, що значення є результатом психологічного процесу сприйняття. Сприймаючи навколишній світ людина не може обійтися без емоцій, оскільки емоції завжди супроводжують її діяльність, в тому числі процеси пізнання. У психології емоції визначаються як відчуття людиною свого ставлення до чого-небудь (до якоїсь ситуації, до інших людей, до самого себе). Усі вчинки людини пов'язані із відчуттям самого себе і свого ставлення до навколишнього світу. Людина у ході своєї діяльності не лише спричиняє певні зміни у природі, предметному світі, але й впливає на інших людей і сама відчуває вплив, що здійснюється іншими людьми, її власними діями та вчинками, які змінюють її взаємовідносини з оточенням; вона переживає те, що з нею відбувається і здійснюється нею самою; вона має певне ставлення до того, що її оточує. Переживання цього ставлення людини до оточуючого світу складає сферу емоцій.

Фразеологія, як наголошує А. Емірова, охоплює ті ділянки дійсності, які безпосередньо пов'язані з людиною, з її баченням, оцінкою реалій, із психічними особливостями особистості – пізнавальними процесами, емоційно-вольовою стороною психіки, індивідуально-типологічними особливостями особистості тощо [9, с. 86]. Ю. Прадід також виділяє з фразеологічного складу мови фразеологічні одиниці на позначення психічних процесів людини. Автор уклав «Русско-украинский и украинско-русский фразеологический тематический словарь: Эмоции человека», де навів 414 українських ФО, об'єднаних у 13 тематичних розрядів, а саме: відроза, огида; втіха, радість; гнів, лють; захоплення, захват; любов, пристрасть; страждання, мука; неспокій, тривога; подив, здивування; презирство, зневага; сором, стид; страх, жах; сум, печаль; відчай, безвихідь. Як бачимо, фразеологічні одиниці здатні передавати найрізноманітніші відчуття й емоції людини, інформація про які зберігається у них з часу осмислення зв'язку між номінативним задумом і образом-подібністю, що свідчить про наявність емоційно-експресивного компоненту.

Емоції допомагають відображати і пізнавати дійсність, це є форма вираження ставлення людини до дійсності і вони завжди супроводжуються оцінкою, яка може бути як позитивною, так і негативною. Фразеологізми, однією з характеристик яких є емотивність, виступають засобом відображення та пізнання об'єктивного світу. Ці мовні одиниці мають властивість відображати своїм внутрішнім змістом об'єктивну дійсність і, таким чином, бути засобом її пізнання, оскільки вони створюються людиною в процесі її пізнавальної діяльності, у ході якої мислення людини створює певні поняття про речі, їх властивості та відносини.

В основі процесу фразеологізації лежить номінативна природа фразеологічних одиниць, яка базується на відношенні суб'єкта, що іменує, до об'єкту, що іменується, яке виражається у метафорі. Термін «метафора» використовується у двох значеннях – як результат та як процес. Саме останній, діяльнісний аспект метафори безпосередньо пов'язаний з людським фактором у мові: завдяки йому у мовних засобах відображується все те національно-культурне багатство, яке накопичується мовним колективом у процесі його історичного розвитку.

Головна функція будь-якого тропу, в тому числі і метафори, яка лежить в основі фразеологізації, полягає у утворенні певного нового поняття і будь-який троп викликає асоціації, крізь які дійсність, що сприймається свідомістю, втілюється у мовній формі. Завдяки таким асоціаціям можна виявити схожість чи суміжність між гетерогенними сутностями та встановити їх аналогію. Перш за все аналогію може бути встановлено між елементами дійсності, що сприймається на фізичному рівні, і невидимим світом ідей та пристрастей, а також різноманітними абстрактними поняттями, які створюються розумом у процесі «сходження» від абстрактного уявлення про дійсність до її конкретного пізнання [7, с. 173].

Так, дія англійців ідеалом є джентльмен – чоловік, який залежить лише від себе і чітко усвідомлює свою міру, таланти і здібності, який є взірцем самоповаги, стриманості і самообмеження. У виразах *gentleman at large* (джентльмен без певних занять, придворний, що не займає певної посади), *gentleman in brown* (клоп), *gentleman in waiting* (камергер), *gentleman of fortune* («рицар фортуни», авантюрист, шукач пригод, пірат), *gentleman (abo knight) of industry* (шахрай, пройдисвіт), *gentleman of the pad (abo knight of the road)* (розбійник з великого шляху), *gentleman of the three outs* (погано, бідно одягнена людина, що не користується кредитом і сидить без грошей), *gentleman's gentleman* (прислужник, лакей, камердинер) емоційний компонент проявляється у вигляді зневаги, оскільки у новій номінації слово «gentleman» викликає асоціації, відмінні від його первинного значення. Взв'язавши для порівняння українські фразеологізми із словом «пан»: *видно пана по халявах, помазатися в пани, великий пан* бачимо, що емоційний компонент у них також проявляється у вигляді зневаги або презирства. Однак, такі фразеологічні одиниці, як *пан межі панами, паном діло, пан паном, сам собі пан* демонструють радісне ставлення, яке може поєднуватися із захватом, що свідчить про те, що у картині світу українців пан вбачається як самостійний чоловік, який може не зважати на оточуючий світ.

Спілкування між індивідами є можливим у тому випадку, якщо у мовних знаках і знакових структурах наявні всезагальні значущості, тобто якісь спільності у мові перебувають ніби над рівнями конкретного пізнання навколишнього світу. В ролі таких спільностей виступають спільні значення слів. Слово викликає у свідомості людини певну суму найзагальніших диференційних ознак, які дають можливість співрозмовнику упізнати предмет, про який йдеться, і зреагувати емоційно. Спільне між людиною, яка говорить, і людиною, яка слухає, обумовлено їх належністю до одного і того ж народу.

**Література:**

1. Баранцев К. Т. Англо-український фразеологічний словник / Баранцев К. Т. – К. : Знання, 2005. – 1056 с.
2. Кубрякова Е. С. Язык и знание / Кубрякова Е. С. – М. : Языки славянской культуры, 2004. – 560 с.
3. Кунин А. В. Курс фразеологии современного английского языка / Кунин А. В. – М. : Высшая школа, 1986. – 336 с.
4. Кунин А. В. Англо-русский фразеологический словарь / Кунин А. В. – М. : Русский язык, 1984. – 944 с.
5. Маслова В. А. Лингвокультурология / Маслова В. А. – М. : Академия, 2001. – 208 с.
6. Мацько Л. І., Сидоренко О. М., Мацько О. М. Стилїстика української мови / Мацько Л. І., Сидоренко О. М., Мацько О. М. – К. : Вища школа, 2003. – 462 с.
7. Серебренников Б. А. Роль человеческого фактора в языке: Язык и картина мира / Серебренников Б. А. – М. : Наука, 1988. – 216 с.
8. Телия В. Н. Русская фразеология / Телия В. Н. – М. : Школа «Языки русской культуры», 1996. – 288 с.
9. Ужченко В. Д., Ужченко Д. В. Фразеологія сучасної української мови / Ужченко В. Д., Ужченко Д. В. – К. : Знання, 2007. – 494 с.
10. Ужченко В. Д., Ужченко Д. В. Фразеологічний словник української мови / Ужченко В. Д., Ужченко Д. В. – К. : Освіта, 1998. – 224 с.
11. Хроленко А. Т. Основы лингвокультурологии / Хроленко А. Т. – М. : Флинта, 2009. – 184 с.

Щепанська Х. А.,

Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів

## КОГНІТИВНО-КОМУНІКАТИВНІ МЕХАНІЗМИ ФОРМУВАННЯ МОВНОГО ОБРАЗУ СЕРЦЯ В ЛІРИЧНІЙ ДРАМІ І. ФРАНКА «ЗІВ'ЯЛЕ ЛИСТЯ»

*У статті розглянуто основні аспекти вербалізації концепту серце у ліричній драмі І. Франка «Зів'яле листя». За спеціально розробленим алгоритмом здійснено опис когнітивних механізмів формування слово-образу серця на трьох рівнях концептуалізації: ментальному, мовному, прагматичному. Виявлено комунікативні стимули моделювання різних профілів образу серця.*

**Ключові слова:** мовний образ, концепт, вербальний символ, концептуалізація, художня комунікація.

*В статье рассмотрены главные аспекты вербализации концепта сердце в лирической драме И. Франко «Вялые листья». По специально разработанному алгоритму сделано описание когнитивных механизмов формирования слова-образа сердца на трех уровнях концептуализации: ментальном, языковом, прагматическом. Выявлено коммуникативные стимулы моделирования разных профилей образа сердца.*

**Ключевые слова:** языковой образ, концепт, вербальный символ, концептуализация, художественная коммуникация.

*The main aspects of the heart concept verbalization in the lyrical drama by I. Franko are examined in the article. The description of the cognitive mechanisms of language heart image formation on the three levels of conceptualization: mental, linguistic and pragmatic by specially elaborated algorithm is given. communicative incentives of the formation of the language heart image different profiles in the «Faded leaves» by I. Franko are emerged.*

**Keywords:** language image, concept, verbal symbol, conceptualization, belles-lettres communication.

Мовне відображення світу людиною відбиває рух її думки в різних напрямках смислового й емоційного охоплення предметних реалій. Саме когнітивно-комунікативні механізми, які супроводжують процес формування образу певного явища чи предмета дійсності, визначають, яким він зрештою закріпиться у ментальному лексиконі. В основі мовного образу завжди лежить *концепт* – наділена народним характером категоризації та символізації дійсності ментально-мовна одиниця. Тому, щоб описати все багатство образності слова, необхідно визначити особливості його концептуалізації або іншими словами спробувати простежити за процесом формування «логосу з міфу». Як зазначає В. В. Кононенко, найкраще внутрішня глибинність концепту відображена в художніх текстах, де можна побачити «приховані, підсвідомі або несвідомі, архетипні підвалини» імені-концепту [8, с. 15]. За Т. В. Чернігівською, поезія, художня творчість – це інший тип когнітивної діяльності, тому когнітивна поетика претендує на окреме місце в царині науки [15, с. 8].

Звернення до ліричної драми І. Франка «Зів'яле листя» в лінгвокогнітивному аспекті не є випадковим, адже ця перлина інтимної лірики поета наповнена емоційно-духовними концептами, в яких чітко простежується як народнопоетичний характер формування яскравих мовних образів, так і літературно-художній, індивідуально-авторський. Серед таких концептів одним із ключових є слово-образ *серця*. Кордоцентризм, притаманний українській культурі й народній творчості, чітко позначився на «Зів'ялому листі» Івана Франка. Це пояснюється насамперед тим, що лірична драма письменника «у формі модерного поетичного гносису» [1, с. 9] розгортає індивідуальний внутрішній світ людського «я», позначеного травмою нерозділеного кохання. Приречена на смерть любов, біль, сум – центральні образи «Зів'ялого листя» є ні чим іншим, як емоціями, зосередженими в центрі духовного «я» ліричного героя – його серці.

Когнітивні механізми вербалізації лексеми *серце* в поетичному дискурсі різних українських письменників досліджували Н. Брагінець, К. Головенко, І. Голубовська, Ю. Тільман, Л. Яцкевич, В. Калько, О. Конік та інші вчені. Однак поезія І. Франка в цьому аспекті залишилась поза увагою дослідників. Частково словесний образ *серця* у Франковій ліриці проаналізувала С. Я. Єрмоленко, проте дослідниця зачепила лише один аспект вербальної репрезентації цього концепту – його філософську наповненість та асоціативний зв'язок із концептом *слово*, яке, за даними словопоказчика «Лексика поетичних творів Івана Франка», зустрічається в його поетичному дискурсі 1560 разів і є найуживанішим у Франковій поезії іменником. Для порівняння лексему *серце*, за даними цього ж словопоказчика, І. Франко у своїх поетичних творах вжив 1473 рази [7, с. 217]. Це ще раз свідчить про особливу роль концепту *серце* у Франковій ліриці.

Мета нашої розвідки – описати основні когнітивно-комунікативні механізми формування мовного образу *серця* у ліричній драмі Івана Франка «Зів'яле листя», що передбачає вирішення таких основних завдань: 1) розробити алгоритм опису механізму формування словесного образу на трьох рівнях концептуалізації: ментальному, мовному, прагматичному; 2) описати механізм формування образу *серця* у «Зів'ялому листі» І. Франка на ментальному рівні концептуалізації; 3) з'ясувати особливості концептуалізації образу *серця* на власне мовному рівні; 4) описати механізм концептуалізації мовного образу *серця* на прагматичному рівні.

У ліричній драмі Івана Франка «Зів'яле листя» лексема *серце* вживається 81 раз і позначена високим ступенем концептуалізації, про що свідчить багатство її метафоричних значень, конотацій та часте входження у фразеологізми. Вербально образ *серця* у «Зів'ялому листі» репрезентують такі лексеми: *серце* (*І серце най рветься, та вільно най летється Бурливая хвиля пісень!* (14: 2); здрібніло-пестливі деривати *серденько* (*Ой ти дівчино, з горіха зерна, Чом твоє серденько – колюче терня?»* (14:56) та *сердечко* (*Отсе тая стежечка, Де дівчина йшла, Що з мойого сердечка Щастя унесла* (14:76) та словосполучення *рана сердечна* (*Як побачу тебе, Відновляється рана сердечна* (14:82).



Словесний образ певної реалії, як вже зазначалось вище, проходить складний процес формування: від зародження з чуттєвого образу на ментальному рівні до входження у текст як складна комунікативна одиниця на прагматичному рівні, тому алгоритм опису когнітивних механізмів цього процесу може варіювати в залежності від того, на якому етапі концептуалізації акцентувати увагу, які позамовні фактори враховувати і інше. Так, І. А. Сапегіна при описі когнітивних механізмів формування образу емоцій у структурі концепту *серце* [11, с. 15], робить акцент на мовному рівні концептуалізації, детально аналізуючи когнітивні метафори та символічну наповненість концепту *серце*. Ми спробували розробити алгоритм опису когнітивних механізмів формування мовного образу *серця* рівноцінно на трьох рівнях концептуалізації.

Ментальний рівень концептуалізації – перший етап формування словесного образу, на якому він невіддільний від концепту. За В. Кононенком, «в основі концепту лежить колективне несвідоме, архетип» [8, с. 6], отже, концепт виникає з певного архетипного образу або першообразу, про який згадує у своїх дослідженнях М. Костомаров. У праці «Славянская мифология» дослідник майже повністю ототожнює поняття «першообраз» та «символ» у значенні образного перевтілення життєвої реалії уявою древнього слов'яна [9, с. 216]. І не випадково, адже вже К. Юнг ставив знак рівності між поняттями «архетипний образ», «символ», «першообраз». Система «архетип – архетипний образ» або «символ – знак», за К. Юнгом, «діє як архетипна основа моделювання образу дійсності» [16] і базується на розумінні людської психіки як елементу колективного несвідомого, проявляється в свідомості людини через сни, міфи і легенди за допомогою архетипних образів [16]. Отже, алгоритм опису когнітивного механізму формування словесного образу на ментальному рівні можна записати так: *міф* (знання, описані в формі чуттєвих образів) → *першообраз* → *концепт* → *логос* (знання, описані в формі словесних образів) → *мовний образ* або *вторинний образ*. Що ж лежить в основі першообразу? Про це багато писав О. Потебня, а згодом В. Русанівський: «І в міні-творі – слові, і в поетичному творі – вірші, пісні, поемі – центром образу є внутрішня форма, тобто одна з ознак загального значення, яка домінує над усіма іншими» [10, с. 14]. Таким чином, процес утворення мовного образу на ментальному рівні можна відобразити за допомогою ланцюжка трансформацій ментально-мовних одиниць, опускаючи дві найзагальніші, абстрактні форми перетворень – міф і логос: *внутрішня форма/першообраз* → *концепт (ментальний образ)* → *мовний або вторинний образ*. Останній формується вже на лінгвальному рівні.

Внутрішня форма лексеми *серце* – «середина, внутрішність, глибина, серцевина» [4, с. 222] лежить в основі українського першообразу *серця*. Це той фундамент, який є необхідним для подальшої концептуалізації даного образу. У ліричній драмі І. Франка «Зів'яле листя» першообраз серця символізує насамперед «внутрішність». Це *внутрішня людина*, яка відчуває, бурхливо реагує на зовнішньо-емоційні подразники: *На голос той серце моє потяглося. В тім раю без краю воно заридало Без слів. Тебе, моя зоре, воно спогадало* (14:52); *За що, красавице, я так тебе люблю, Що серце тріпаєсь в грудях несамовито, Коли проходиш ти повз мене гордовито* (14:8). Це також «глибина», про що свідчить хоча б часте вживання словосполучки *дно серця*, тобто йдеться про найпотамнішу, найінтимнішу глибину людського ества: *Якби ти слово прорекла мені, Я б був щасливий, наче цар могутий, Та в серці щось порвалося би на дні, З очей би сліз потік полявся рвучий* (14:4); *Люблю я власну мрію, Що там у серденьку на дні Відмалечку лелію* (14:66); *Свій біль, свій жаль, свої пісні У серці здавлюю на дні* (14:75). Отже, першообразами *серця* у «Зів'ялому листі» є «серце-внутрішність» і «серце-глибина». Вони у свою чергу трансформуються у ментальні образи або концепти. Концептуальний зміст першообразу «серце-внутрішність» формує концептосфера «емоції-почуття». Як внутрішня людина, серце відчуває біль (*Я сам серед тебе, лиш кінь підо мною І в серці нестерпні болі* (14:20), сумує (*Пливу безвладно, щоб від власних дум Втекти – та, невідступний і глибокий, У серці все несеш за мною сум...* (14:40); радіє (*За що, красавице, я так тебе люблю, Що серце тріпаєсь в грудях несамовито, Коли проходиш ти повз мене гордовито* (14:8); бунтує (*Якби не ті літа важкої муки... Глухої резигнації, скажених бунтів Придавленого серця* (14:50); озивається (*На голос той серце моє потяглося. В тім раю без краю воно заридало Без слів. Тебе, моя зоре, воно спогадало* (14:52) та інше. Першообраз «серце-глибина» формує концептосфера «емоції-почуття», а також архетипні фреймові структури «мрія дитинства» і «життя-страждання». Серце як глибина ховає в собі придавлені, заглушені емоції жалю і болю, породжує творчість: *Свій біль, свій жаль, свої пісні У серці здавлюю на дні* (14:75); є скарбницею дитячих мрій та ідеалів: *Люблю я власну мрію, Що там у серденьку на дні Відмалечку лелію* (14:66); і навіть коренем людських страждань: *І довгії літа Промучився ти, Щоб корінь страждання Людського знайти. Знайшов ти той корінь У серці на дні, де пристрасті грають. Надії марні* (14:128). Останній образ «серце-корінь страждання» позичений, очевидно, з давньоіндійської філософії буддизму, де істиною визнається те, що життя є стражданням, а причина страждання – людські бажання і пристрасті. Оскільки коренем людських бажань і пристрастей є серце, то воно – причина всіх страждань.

Когнітивні механізми формування словесного образу на мовному рівні представлені в основному процесами метафоризації та символізації. Так, йдучи вслід за О. Потебнею, В. Русанівський стверджує, що «образність, яка виникає на базі порівняння, – це і є одна із сторін внутрішньої форми слова» [10, с. 26]. Отже, внутрішня форма, закладена в образ ще на ментальному рівні, лежить в основі його вербалізації. Процес формування слово-образу на лінгвальному рівні можна описати у такій послідовності: 1) експліцитне порівняння (перший ступінь метафоризації); 2) імпліцитне порівняння (другий ступінь метафоризації); 3) фразеологізація (входження у фразеологічну одиницю); 4) символізація (набуття символічного значення).

У ліричній драмі І. Франка «Зів'яле листя» знаходимо такі випадки метафоризації образу *серця*: 1) **експліцитні порівняння** (*Та най те серце, що в турботі, Неначе перла у болоті, Марніє в'яне, засиха, Хоч в сні на вид твої оживає* (14:75), метафора «серце-перла» характеризує образ серця як коштовності, яку не розгледіли і потоптали; *І резигнація безкрая Засіла в серці, як змія* (14:106), метафора «резигнація-змія», що «засіла в серці» дає модальну характеристику образу серця: «резигнація», апатія у серці передають глибокий зміст відмови від кохання, болю,

а в ширшому розумінні – від життя; **2) імпліцитні порівняння** (*Вже ж моє серце сохне, тане, Вже ж моя краса в'яне, в'яне...* (14:60), метафора «серце-рослина» має глибокий зміст «серце-життя», адже рослина ще у творах Г. Сковороди виступала символом життя; *А чень утечу я від лютого болю, Що серце моє розриває* (14:20), *Втекти – та, невідступний і глибокий, У серці все несеш за мною сум...* (14:40-42), *Чи голод, холод і сирітства сльози, Чи та жага, що серце рве й скребе...* (14:40-42), метафори «серце-біль», «серце-сум», «серце-жага» характеризують образ серця як емоційного центру внутрішньої людини; *Се мого серця драма!* (14:50), метафора «серце-драма», яка відкриває «другий жмуток» «Зів'ялого листя», є прихованим порівнянням *драми серця* з усією ліричною драмою І. Франка; **3) фразеологізація** (*Та враз мов бухло полум'я червоне, За саме серце вхопила мене, Мов сфінкс у душу кігтями вп'ялась...* (14:110-111), фразеологізм «вхопити за саме серце» означає сильно в себе закохати і доповнює образ серця метафорою «серце-любов»; *Як не бачу тебе, То докола і зимно, і темно; Як побачу тебе, Запече щось у серці страшенно* (14:82), фразеологізм «запекти у серці» означає відчувати сильний душевний біль [13, с. 144]; *Повік каліка! Серце гадь пожерла, Сточила думи всі!* (14:96), *І резигнація безкрая Засіла в серці, як змія* (14:106), *І весь тремчу, гадюка серце ссе* (14:112), фразеологізми «серце гадь пожерла», «змія засіла в серці» «гадюка серце ссе» позначають біль, страждання, душевні муки [13, с. 141-148]; *В моїм серці вбитий острий ніж І навіки душу я запер, – Я умер* (14:98), фразеологізм «вбити ніж у серце» означає завдати сильного душевного болю [13, с. 142]; **4) символізація** (*Не боюсь я ні Бога, ні біса, Маю серця гіпотеку чисту* (14:6), «**чиста гіпотека серця**» виступає символом совісті, образ серця доповнює метафора «**серце-совість**»; *І на моє бурливе серце руку Кладе той привид зимну, як змія. І в серці втишує всі думи й муку* (14:30), **привид**, що «втишує муку серця» виступає символом смерті; *Чом твоє серденько – колюче терня... Чом твої очі сяють тим чаром, Що то запалює серце пожегаром?* (14:56), **терен** – символ страждання і болю, **пожегар** – символ пристрасті; метафора «серце-терен» створює новий образ серця – «серце-зле, недобре», про яке також писав ще Г. Сковорода. *Ти пустила мене сиротою у світ, Та дала ще мені три недолі в наділ... Що одна недоля – то серце м'яке, То співацьке серце вразливе, На красу, на добро податливе* (14:120-121), тут **образ серця** стає символом недолі, безталання, ліричний герой винить своє м'яке серце у всіх життєвих невдачах; *Творця хвалити? За що хвалити його? Що в моїм серці сей розпалив огонь?* (14:130-132), **вогонь** – символ кохання і пристрасті; метафора «серце-вогонь» доповнює образ серця характеристикою стихії.

Третій, комунікативно-прагматичний, етап формування словесного образу передбачає його входження у текст. У. Еко називає текст макрокомунікативним актом, основу якого становить інтеракція читача з текстом. Комунікативна схема «текст-читач» неповна без урахування культурного коду, що є своєрідним посередником у художній комунікації, володіння ним необхідне для адекватної інтерпретації тексту читачем. Під **культурним кодом** в даному випадку ми розуміємо сукупність концептів, символів та інших знаково-мовних одиниць, закріплених у ментальному лексиконі певного народу і наділені особливим етнокультурним значенням. За В. В. Кононенко, «у будь-якому художньому тексті зустрічаються слова, що мають додаткове смислове навантаження, оточені конотативним ореолом і нерідко одержують символічну функцію» [8, с. 20], саме ці слова є вирішальними при інтеракції читача з текстом і служать змістовим, внутрішньо-смисловим підґрунтям художніх комунікативних актів. Як зазначає, Єжи Бартмінський, «образ предмета в конкретних висловлюваннях» серед багатьох інших факторів великою мірою залежить від комунікативної мети» [17, с. 76]. Автор, розгортаючи певний «невербальний заголовок» у текстове повідомлення, переслідує певну комунікативну мету. Здебільшого – це бажання передати емоцію, яка стала стимулом для утворення складнішого образу. Отже, процес включення культурного коду в художній текст, користуючись термінологією Ю. Караулова, можна описати так: «невербальний заголовок» (предметно-чуттєвий образ, емоція) трансформується у свідомості автора в «більш складний образ», що набуває символічного узагальнення (ментальний образ), і зрештою розгортається в текст, основою якого є мовний образ [6, с. 190]. Тому загальний алгоритм опису механізмів формування словесного образу на прагматичному рівні ми бачимо таким: *колективне несвідоме/авторська свідомість* → «невербальний заголовок» або *комунікативний стимул* → *текст* → *культурний код (сукупність концептів і символів, які сформувались із «невербального заголовку») у тексті* → *читач*.

У «Зів'ялому листі» І. Франка «невербальний заголовок» (комунікативний стимул) – це завжди якась сильна емоція або почуття, що трансформуються у словесні образи, центральним з яких виступає *образ серця*. Комунікативні акти здебільшого розгортаються у формі одностороннього діалогу ліричного героя із об'єктом своїх душевних поривань. Це в основному експресиви (за термінологією Дж. Серля), тобто такі комунікативні акти, що виражають психологічний стан мовця [12]: *Я сам серед тебе, лиш кінь підо мною І в серці нестерпні болі* (14:20), *Пливу безвладно, щоб від власних дум Втекти – та, невідступний і глибокий, У серці все несеш за мною сум...* (14:40) та інші. Серед «невербальних заголовків», які формують *образ серця* у художніх комунікативних актах «Зів'ялого листя», виступають такі емоції та почуття: **пристрасть** («невербальний заголовок» (далі – НЗ) «пристрасть» → образ грішного вогню → образ серця-вогню: *Ні, годі! Не буду гасити! Най бухає грішний огонь! І серце най рветься, та вільно най летиться Бурхлива хвиля пісень!* (14:2), НЗ «пристрасть» → образ пожегару → образ серця-пожегару: *Чом твої очі сяють тим чаром, Що то запалює серце пожегаром?* (14:56); **самотність** (НЗ «самотність» → образ болю → образ серця-болу: *Я сам серед тебе, лиш кінь підо мною І в серці нестерпні болі* (14:20), (НЗ «самотність» → образ диму, холоду → образ завмерлого серця: *Та шезла ти! Мов в лісі без дороги Лишився я. Куди тепер? За чим? Підтяті думи, не провадять ноги, А в серці холод. Дим докола, дим...* (14:28); **біль** (НЗ «біль» → образ втечі → образ розірваного серця (втеча від себе): *А чень утечу я від лютого болю, Що серце моє розриває* (14:20); **страждання** (НЗ «страждання» → образ терну → образ серця-терну: *Ой ти дівчино, з горіха зерня, Чом твоє серденько – колюче терня...* (14:56); **сум** (НЗ «сум» → образ сопілки → образ серця-сопілки: *Чи се моє власне горе? Чи серце стрепалося хоре? Ах, ні! Се далека десь тільки Доноситься голос сопілки* (14:52); **біль-жаль** (НЗ «біль-жаль» → образ зів'ялого листя → образ серця-зів'ялого листя: *Розвійтешся з вітром,*

листочки зів'ялі, Розвійтесь, як тихе зітхання! Незгосні рани, невтишені жалі, Заверлеє в серці кохання (14:44) та інші.

Отже, слово-образ серця у ліричній драмі І. Франка «Зів'яле листя» формується на трьох рівнях концептуалізації: ментальному, мовному та комунікативно-прагматичному. Його основу становлять першообрази «серце-внутрішність» і «серце-глибина», які на мовному рівні завдяки процесам метафоризації та символізації утворюють значне концептуально-семантичне поле. Ключовими когнітивними метафорами, що визначають мовний образ серця у «Зів'ялому листі» є метафори «серце-біль», «серце-пристрасть», «серце-любов», «серце-сум», «серце-страждання», які передають загальний настрій ліричної драми. На прагматичному рівні концептуалізації конкретний профіль образу серця залежить від «невербального заголовку» або комунікативного стимулу, покладеного в основу слово-образу. Такими комунікативними стимулами у «Зів'ялому листі» виступають певні емоції (біль, сум, жаль) або почуття (любов).

До перспектив дослідження можна віднести детальнішу розробку алгоритму опису когнітивних механізмів формування слово-образу на всіх рівнях концептуалізації, зокрема це стосується лінгвального та прагматичного рівнів, де окремий мовний образ вступає у різні синтагматичні та парадигматичні зв'язки з іншими мовно-художніми одиницями тексту.

### Література:

1. Гундорова Т. І. «Зів'яле листя» Івана Франка як явище модерної культурософії / Т. І. Гундорова // Дивослово. – 1996. – №9. – С. 9-15.
2. Дмитренко М. К. Словник символів [Електронний ресурс]/М. К. Дмитренко. – Режим доступу до словника <http://www.ukrlife.org/main/evshan/symbol 10.htm>
3. Еко У. Роль читача. Дослідження з семіотики текстів / У. Еко. – Львів : Літопис, 2004. – 652 с.
4. Етимологічний словник української мови: У 7-ми т. – Т. 5 [уклад. Р. В. Болдирєв та ін.]. – К., 2006. – 704 с.
5. Єрмоленко С. Я. «Якби ти знав, як много важить слово...» [Електронний ресурс] / С. Я. Єрмоленко. – Режим доступу
6. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность / Ю. Н. Караулов. – М. : Наука, 1987. – 262 с.
7. Ковалик І. І. Лексика поетичних творів Івана Франка. Методичні вказівки у розвитку лексики / І. І. Ковалик, І. Й. Ощипко, Л. М. Полюга. – Львів : ЛДУ, 1990. – 264 с.
8. Кононенко В. В. Концепти українського дискурсу / В. В. Кононенко. – Київ-Івано-Франківськ, 2004. – 248 с.
9. Костомаров М. І. Слов'янська міфологія / М. І. Костомаров. – К. : Либідь, 1994. – С. 201-256.
10. Русанівський В. М. Структура лексичної і граматичної семантики / В. М. Русанівський. – К. : Наукова думка, 1988. – 240 с.
11. Сапегина И. А. Концепт сердце как доминанта эмоциональной картины мира в русском языке в зеркале китайского языка: автореф. дис. на получение науч. степени канд. филол. наук: спец. 10.02.01 «Русский язык» / И. А. Сапегина. – М., 2011. – 20 с.
12. Серль Дж. Р. Классификация иллокутивных актов [Електронний ресурс] / Дж. Р. Серль. – Режим доступу [http://www.classes.ru/grammar/159.new-in-linguistics-17/source/worddocuments/\\_4.htm](http://www.classes.ru/grammar/159.new-in-linguistics-17/source/worddocuments/_4.htm)
13. Словник української мови: В 11 томах. – Т. 9. – К., 1978.
14. Франко І. Зів'яле листя / І. Франко. – Львів: Літопис, 2006. – 160 с.
15. Черниговская Т. В. Нить Ариадны или Пирожные мадлен: нейронная сеть, язык и память [Електронний ресурс] / Т. В. Черниговская. – Режим доступу : <http://www.genlingw.ru/person/Chernigovskaya.htm>
16. Юнг К. Г. Архетип и символ. – [Електронний ресурс]/К. Г. Юнг. – Режим доступу : [http://www.wanderer.org.ua/book/psy/jung/arch\\_sym.htm](http://www.wanderer.org.ua/book/psy/jung/arch_sym.htm)
17. Bartmiński J. Podstawy lingwistycznych badań nad stereotypem – na przykładzie stereotypu matki // Język a kultura / J. Bartmiński. – 1988. – №12. – S. 63-83.

Ясіновська О. В.,

Національний університет імені Івана Франка, м. Львів

## МЕТАФОРИЧНІ ОБРАЗИ КОНЦЕПТА *ΦΘΟΝΟΣ* У КНИГАХ НОВОГО ЗАВІТУ

*На матеріалі корпусу давньогрецького Нового Завіту проаналізовано засоби метафоричної концептуалізації концепта *φθονος*.*

**Ключові слова:** *концепт *φθονος*, концептуальна метафора, когнітивна модель, Новий Завіт.*

*На материале корпуса древнегреческого текста Нового Завета проанализированы средства метафоричной номинации концепта *φθονος*.*

**Ключевые слова:** *концепт *φθονος*, концептуальная метафора, когнитивная модель, Новый Завет.*

*Basing on the corpus of New Testament prose writings, the article deals with the means of secondary nomination of the concept *φθονος*.*

**Key words:** *concept *φθονος*, conceptual metaphor, cognitive model, New Testament.*

Важливим етапом реконструкції концептів є аналіз вторинних засобів їх концептуалізації (Ю. Апресян, Н. Арутюнова, А. Баранов, М. Блек, С. Воркачов, М. Джонсон, Дж. Лакофф, Е. Маккормак та ін.). Це особливо стосується *notionis abstractae* (абстрактних категорій), денотат яких недосяжний для прямого спостереження, що викликає необхідність застосування непрямих прийомів їх витлумачення, одним із яких є метафоричний [1, с. 27-30].

У когнітивній семантиці та лінгвокультурології аналіз образного компонента абстрактних категорій проводиться за кількома параметрами: ступенем специфічності/універсальності конкретних способів метафоризації, їх частотності, типом допоміжного суб'єкта (значення лексичної одиниці, до якої уподібнюється аналізований концепт), підставою уподібнення (ознакою, яка задає ділянку подібності суб'єктів метафори), а також – за ступенем названості допоміжного суб'єкта (назване його ім'я в тексті чи його доводиться реконструювати за допомогою сполучувальних ознак) [3, с. 116]. Під таким кутом зору цікавим і новим об'єктом вивчення є метафорична концептуалізація ключових концептів, об'єктивованих у канонічних релігійних текстах.

У центрі нашої уваги – одна з центральних морально-етичних (МЕ) категорій християнської картини світу – концепт *ΦΘΟΝΟΣ*, який представляє понятійну ділянку «заздрісне/ревнісне ставлення до благополуччя інших». Об'єкт дослідження становлять мовні засоби його концептуалізації, які засвідчені в грецькому тексті Нового Завіту (НЗ). Предмет – способи образного представлення аналізованого концепта. Мета розвідки полягає у виокремленні й аналізі концептуальних метафор (і когнітивних моделей (КМ)), що містяться в їх основі, за допомогою яких новозавітні автори об'єктивують концепт *ΦΘΟΝΟΣ*. Матеріалом дослідження стало критичне видання грецького тексту НЗ [5].

Перш, ніж перейти до виявлення й аналізу способів і засобів метафоричної концептуалізації аналізованого концепта, вкажемо на його вербалізацію в новозавітних книгах. Як складний комплекс концептуальних ознак, концепт *ΦΘΟΝΟΣ* має різноманітне представлення в давньогрецькій мові НЗ. Однак ми зосередимо увагу лише на тих номінаціях, які є найінформативнішими в плані виявлення метафоричних образів – одиницях лексичного та фразеологічного рівнів. Ними є: іменники *φθόνος* «заздрість, ревності» (задає ім'я концепта), *ζήλος* «заздрість, ревності, образа», дієслова *φθονέω*, *ζηλώω* «заздрити, ревнувати», *παράζηλώω* «робити ревнимим, спричиняти заздрість» (з них суттєво більший «метафоричний ореол» [2, с. 385] мають імена), а також ідіоми *ὀφθαλμὸς πονηρός* «зле око» та *εἰς χολῆν λικρίας εἶναι* «бути в гіркій жовчі». Окрім згаданих лексем, аналізований концепт вербалізується рядом номінацій, що служать загальними позначеннями й інших гріхів новозавітного МЕ поля, – лексемами *πονηρὰ* «зло», *ἡδονή* «втіха», *ἐπιθυμία* «пожадання» та словосполученнями *ἔργα τοῦ σκότους* «вчинки темряви» та *ἔργα τοῦ σαρκός* «діла плоті». У цьому випадку образи, які виникають в результаті предикативно-ад'єктивних зв'язків згаданих родових назв, а також ті, які у згорнутій формі містяться в самій їх назві (це головно стосується словосполучень), будуть прикметними не якомусь одному, а кожному концептові з цієї групи.

Загалом у тому чи іншому вербальному представленні аналізована понятійна ділянка згадується в усіх книгах новозавітної частини Біблії – в Євангеліях, Діях, Посланнях (за винятком Послання Юди) та Одкровенні, а отже, до цієї теми звертаються семеро з восьми авторів НЗ. Найчастіше смертний гріх *ΦΘΟΝΟΣ* привертає увагу апостола Павла, що є закономірним з огляду на значне місце, яке він приділяє у своїх творах МЕ проблематиці. Що ж до концептуальних метафор, до яких вдаються новозавітні автори, представляючи *ΦΘΟΝΟΣ*, то найбільш частотними, окрім Послання Павла, вони є у творах апостола Якова, де вони, до того ж, і найрізноманітніші. Основним джерелом метафоричних перенесень виступають предмети фізичного, матеріального світу, хоч конотації можуть скеровуватися й у ділянку абстрактних категорій.

Звернемося детальніше до метафоричних образів концепта *ΦΘΟΝΟΣ*. І розпочнемо з такого уявлення про нього, яке для концептів емоцій та емоційних станів вважається домінуючим [2, с. 389-392; 3, с. 121]. Йдеться про уподібнення заздрості до рідини. Згадана метафора трапляється в Діях апостолів авторства Луки та в Посланнях Павла, які за допомогою предикативної та ад'єктивної сполучуваності номінантів концепта *ΦΘΟΝΟΣ* підкреслюють здатність позначуваної ним емоції заповнювати людину зсередини: *ἐπλήσθησαν ζήλου* «сповнилися заздрістю» (Дії 5:17, 13:45), *μεστός φθόνου* «повні заздрості» (Рим. 1:29). У непрямий спосіб згадана метафора міститься в ідіоми-номінації аналізованої емоції – *χολῆν λικρίας* «гірка жовч» (Дії 8:23), завдяки якій виявляється зв'язок заздрості з одним із продуктів секреторної діяльності організму людей і тварин – жовчю, що має рідку консистенцію. Як видається, репрезентація гігроморфної метафори, що ґрунтується на КМ заздрість–рідина, у кількох

новозавітних книгах різного авторства може свідчити про звичність для свідомості творців НЗ згаданої схеми зв'язку між понятійними сферами двох концептуальних доменів – ділянки-джерела та ділянки-мішені.

У новозавітних текстах концепт  $\phi\theta\omicron\nu\omicron\varsigma$  досить часто реїфікується – асоціюється з матеріальним предметом, яким хтось володіє – має його ( $\epsilon\chi\epsilon\tau\epsilon\ \zeta\eta\lambda\omicron\nu$  «*маєте заздрість*» (Як. 3:14),  $\zeta\eta\lambda\omicron\nu\ \theta\epsilon\omicron\upsilon$  «*ревність Богу мають*» (Рим. 10:2)), або який, як і будь-який предмет, може відкласти набік ( $\acute{\alpha}\lambda\omicron\theta\epsilon\mu\epsilon\nu\omicron\iota\ \phi\theta\omicron\nu\omicron\varsigma$  «*ті, що відклали зависть*» (1Пт. 2:1, Рим. 13:12)). Подібного роду метафори вважаються стертими – більшість мовців не усвідомлюють вторинної номінації багатьох слів, які поєднуються з абстрактними категоріями (Дж. Джейнс порівнює такі слова з «давніми монетами, чие зображення стерлося від частого використання» [6, с. 51]); реїфікуючу ідею вони виявляють тільки завдяки своїй внутрішній формі. У давньогрецькій мові такі метафори були доволі поширеними, пор.:  $\upsilon\beta\epsilon\iota\nu\ \epsilon\chi\epsilon\iota\nu$  «*мати нахабство*»,  $\phi\acute{\rho}\epsilon\nu\alpha\varsigma\ \epsilon\chi\epsilon\iota\nu$  «*мати розум*»,  $\acute{\alpha}\lambda\gamma\epsilon\alpha\ \epsilon\chi\epsilon\iota\nu$  «*мати біль*» [7, с. 629],  $\acute{\alpha}\lambda\omicron\tau\iota\theta\acute{\epsilon}\nu\alpha\iota\ \acute{\omicron}\rho\gamma\eta\nu$  «*відкласти гнів*»,  $\acute{\alpha}\lambda\omicron\tau\iota\theta\acute{\epsilon}\nu\alpha\iota\ \acute{\alpha}\rho\chi\eta\nu$  «*відкласти початок*» та ін. [7, с. 202]. Окрім того, звертаючись до проблеми «опредмечення» концепта  $\phi\theta\omicron\nu\omicron\varsigma$ , доцільно враховувати також, що реїморфна метафора для абстрактних категорій, які вербалізовані іменами, мотивована граматично –  $\phi\theta\omicron\nu\omicron\varsigma$ , як і будь-який іменник, є граматичним предметом, див. [3, с. 121; 2, с. 386].

За прикладом об'єктів матеріального світу концепт  $\phi\theta\omicron\nu\omicron\varsigma$  наділяється рядом фізичних характеристик: сприймається органами зору – його бачать (пор.:  $\epsilon\iota\varsigma\ \gamma\acute{\alpha}\rho\ \chi\omicron\lambda\eta\nu\ \lambda\iota\kappa\acute{\rho}\iota\alpha\varsigma\ \kappa\alpha\iota\ \sigma\upsilon\nu\delta\epsilon\sigma\mu\omicron\nu\ \acute{\alpha}\delta\iota\kappa\iota\alpha\varsigma\ \acute{\omicron}\rho\omega\ \sigma\epsilon\ \acute{\omicron}\nu\tau\alpha$  (Дії 8:23),  $\phi\alpha\nu\epsilon\rho\acute{\alpha}\ \delta\acute{\epsilon}\ \acute{\epsilon}\sigma\tau\iota\nu\ \tau\acute{\alpha}\ \acute{\epsilon}\rho\gamma\alpha\ \tau\eta\varsigma\ \sigma\alpha\rho\kappa\acute{\omicron}\varsigma$  (Гал. 5:19)), має відтінок – протиставляється за параметром 'темний'/'світлий' (напр., ототожнюється зі вчинками темряви –  $\acute{\epsilon}\rho\gamma\alpha\ \tau\omicron\upsilon\ \sigma\acute{\omicron}\kappa\omicron\tau\omicron\upsilon\varsigma$  (Рим. 13:12)), йому також прикметна ознака 'чистота' / 'забрудненість' ( $\acute{\alpha}\nu\tau\alpha\ \tau\alpha\upsilon\tau\alpha\ \tau\acute{\alpha}\ \rho\omicron\nu\epsilon\rho\acute{\alpha}\ \chi\omicron\iota\nu\omicron\iota\ \tau\omicron\nu\ \acute{\alpha}\nu\theta\rho\omega\pi\omicron\nu$  (Мр. 7:23), див. також (Мр. 7:15, 18, 20)). Зауважимо, що значення лексеми  $\kappa\omicron\iota\nu\omicron\upsilon\acute{\omicron}$  «забруднювати» виникає тільки в койне елліністично-римського періоду (зокрема в НЗ [8, с. 342]); її первісним значенням у давньогрецькій мові було «робити спільним» [7, с. 823].

Нерідко трапляється біоморфна метафора. При концептуалізації  $\phi\theta\omicron\nu\omicron\varsigma$  в межах біоморфної системи використовуються концептуальні метафори, які ґрунтуються на КМ заздрість–плід, заздрість–жива істота, заздрість–людина. Ботанічний образ аналізованої емоції виявляється завдяки її ототожненню з плодом, який має гіркий смак, пор.:  $\epsilon\iota\ \delta\acute{\epsilon}\ \zeta\eta\lambda\omicron\nu\ \lambda\iota\kappa\rho\nu\ \epsilon\chi\epsilon\tau\epsilon\ \kappa\alpha\iota\ \acute{\epsilon}\rho\iota\theta\iota\alpha\nu\ \acute{\epsilon}\nu\ \tau\eta\ \kappa\alpha\rho\delta\iota\alpha\ \upsilon\mu\omicron\nu\ \mu\eta\ \kappa\alpha\tau\alpha\kappa\alpha\upsilon\chi\acute{\alpha}\sigma\theta\epsilon\ \kappa\alpha\iota\ \psi\epsilon\upsilon\delta\epsilon\sigma\theta\epsilon\ \dots$  (Як. 3:14). Про асоціацію з живою істотою свідчить вказівка на здатність заздрості самостійно рухатись – вона може 'виходити' ( $\acute{\epsilon}\kappa\pi\omicron\rho\epsilon\upsilon\acute{\epsilon}\tau\alpha\iota$ ) або 'спускатись згори' ( $\acute{\alpha}\nu\omega\theta\epsilon\nu\ \kappa\alpha\tau\epsilon\rho\chi\omicron\mu\acute{\epsilon}\nu\eta$ ):  $\tau\omicron\ \acute{\epsilon}\kappa\ \tau\omicron\upsilon\ \acute{\alpha}\nu\theta\rho\omega\pi\omicron\upsilon\ \acute{\epsilon}\kappa\pi\omicron\rho\epsilon\upsilon\acute{\omicron}\mu\epsilon\nu\omicron\nu\ \acute{\epsilon}\kappa\epsilon\iota\nu\omicron\ \kappa\omicron\iota\nu\omicron\iota\ \tau\omicron\nu\ \acute{\alpha}\nu\theta\rho\omega\pi\omicron\nu$  (М. 7:20), див. також (Як. 3:15).

Як і інші гріхи, заздрість у НЗ персоніфікується – їй служать ( $\delta\omicron\upsilon\lambda\epsilon\upsilon\omicron\nu\tau\epsilon\varsigma\ \acute{\epsilon}\pi\iota\theta\upsilon\mu\iota\alpha\iota\varsigma$  «*ті, що служать пожаданням*»), що актуалізує КМ заздрість–володар. В образі людини заздрість бере участь у військових діях (разом з іншими гріхами вона  $\sigma\tau\rho\alpha\tau\epsilon\upsilon\omicron\mu\alpha\iota$  «*воює*» у тілі людини), що у свою чергу вказує на наявність у структурі аналізованого концепта КМ заздрість–воїн, пор.:  $\textsuperscript{7}$  $\text{Μεν γάρ ποτε καὶ ἡμεῖς ἀνόητοι, ἀπειθεῖς, πλανώμενοι, δουλεύοντες ἐπιθυμίαις καὶ ἡδοναῖς ποικίλαις, ἐν κακίᾳ καὶ φθόνῳ διάγοντες, στύγητοί, μισοῦντες ἀλλήλους$  (Тит 3:3);  $\text{Πόθεν τόλμοι καὶ πόθεν μάχαι ἐν ὑμῖν; οὐκ ἐντεῦθεν, ἐκ τῶν ἡδονῶν ὑμῶν τῶν στρατευομένων ἐν τοῖς μέλεσιν ὑμῶν$  (Як. 4:1-2).

Цікавий випадок метафоричного перенесення знаходимо в Ів. 2:17, де вказується на здатність заздрості  $\kappa\alpha\tau\alpha\acute{\alpha}\gamma\epsilon\tau\alpha\iota$  «*пожирати*» людину, пор.:  $\text{Ὁ ζῆλος τοῦ οἴκου σου καταφάγεται με}$  «*Заздрість до дому Твого пожиратиме мене*» (Ів. 2:17). Попри очевидність, згаданий котекст не є прозорим у плані виокремлення метафоричного образу аналізованої емоції, що пояснюється багатозначністю наявного тут предиката та недостатньою інформативністю контексту – Ів. 2:17 становить цитату зі Старого Завіту. Відтак розглянемо детальніше різні значення дієслова  $\kappa\alpha\tau\epsilon\sigma\theta\acute{\iota}\omega$  і, враховуючи весь контекст НЗ, спробуємо виокремити метафоричний образ, який є актуальним в Ів. 2:17.

У давньогрецькій мові дієслово  $\kappa\alpha\tau\epsilon\sigma\theta\acute{\iota}\omega$  в прямому значенні означало «з'їдати, пожирати, поглинати» і використовувалося для опису фізіологічного процесу споживання поживи агенсом дії. У новозавітних текстах це ілюструється, наприклад, з'їданням зерна птахами (Мт. 13:4; М. 4:4; Л. 8:5), книжки – людьми (Об. 10:9, 10), немовляти – апокаліптичною істотою (Об. 12:4). Саме таке значення  $\kappa\alpha\tau\epsilon\sigma\theta\acute{\iota}\omega$  знаходимо і в античних авторів [7, с. 778], зокр., у Гомера, Есхіна, Лукіана, у чийх творчх це дієслово вживається щодо людей, які знищують щось (їжу, речі, матеріальні цінності), поїдаючи їх. Загалом, спираючись на пряме значення предиката у виразі  $\acute{\omicron}\ \zeta\eta\lambda\omicron\varsigma\ \kappa\alpha\tau\alpha\acute{\alpha}\gamma\epsilon\tau\alpha\iota$ , виникає прототиповий образ живої істоти (тварини-хижака), яка захоплено пожирає людину за допомогою квазіінструменту – зубів, завдаючи їй фізичного болю. Зауважимо також, що даний контекст свідчить про ситуацію самознищення, оскільки носій стану (експерієнцер) і суб'єкт дії в Ів. 2:17 збігаються.

Унаслідок семантичних зсувів дієслово  $\kappa\alpha\tau\epsilon\sigma\theta\acute{\iota}\omega$  набуває в НЗ переносного значення «нищити, руйнувати» [8, с. 331] і пов'язується з емоційною та МЕ сферою. У новозавітних книгах у такому контексті йдеться про моральний занепад (Л. 15:30, 20:47), а також про емоційне знищення одних людей іншими, пор.:  $\text{Βλέπετε ἀπὸ τῶν γραμματέων... οἱ κατέσθοντες τὰς οἰκίας τῶν χηρῶν...}$  (Мт. 23:14),  $\epsilon\iota\ \delta\acute{\epsilon}\ \acute{\alpha}\lambda\lambda\eta\lambda\omicron\upsilon\varsigma\ \delta\acute{\alpha}\kappa\nu\tau\epsilon\ \kappa\alpha\iota\ \kappa\alpha\tau\epsilon\sigma\theta\acute{\iota}\epsilon\tau\epsilon$ ,  $\beta\lambda\acute{\epsilon}\tau\epsilon\tau\epsilon\ \mu\eta\ \upsilon\pi\prime\ \acute{\alpha}\lambda\lambda\eta\lambda\omicron\nu\ \acute{\alpha}\nu\alpha\lambda\omega\theta\eta\tau\epsilon$  (Гал. 5:15). Завдяки згаданому значенню дієслова  $\kappa\alpha\tau\epsilon\sigma\theta\acute{\iota}\omega$ , заздрість в аналізованому мікроконтексті може поставати в образі ворога, який елімінує свою жертву. Зважаючи на згадані вище специфічні суб'єктно-об'єктні зв'язки, в контексті (Ів. 2:17) може йтися про особу, яка сама собі завдає морального страждання і/або духовного болю.

З іншого боку, трансформаційні процеси, які заторкнули лексему  $\kappa\alpha\tau\epsilon\sigma\theta\acute{\iota}\omega$  у давньогрецькій мові, можуть свідчити і про наявний тут другий ступінь метафоризації, в результаті якого відбулося перенесення з МЕ та емоційної сфер у зону горіння. Під таким кутом зору заздрість у мікроконтексті  $\acute{\omicron}\ \zeta\eta\lambda\omicron\varsigma\ \kappa\alpha\tau\alpha\acute{\alpha}\gamma\epsilon\tau\alpha\iota$  постає в образі вогню, який «пожирає» людину. Можливість такого образу підтверджують інші контексти НЗ, в яких вогонь наділяється здатністю знищувати людей, поїдаючи їх. Пор.:  $\kappa\alpha\iota\ \epsilon\iota\ \tau\iota\varsigma\ \alpha\upsilon\tau\omicron\upsilon\varsigma\ \theta\acute{\epsilon}\lambda\epsilon\iota\ \acute{\alpha}\delta\iota\kappa\eta\sigma\alpha\iota$ ,  $\pi\acute{\upsilon}\rho\ \acute{\epsilon}\kappa\pi\omicron\rho\epsilon\upsilon\acute{\omicron}\tau\alpha\iota\ \acute{\epsilon}\kappa\ \tau\omicron\upsilon\ \sigma\tau\omicron\mu\alpha\tau\omicron\varsigma\ \alpha\upsilon\tau\omicron\nu\ \kappa\alpha\iota\ \kappa\alpha\tau\epsilon\sigma\theta\acute{\iota}\epsilon\iota\ \tau\omicron\upsilon\varsigma\ \acute{\epsilon}\chi\theta\rho\omicron\upsilon\varsigma\ \alpha\upsilon\tau\omicron\nu$  (Об. 11:5);  $\kappa\alpha\iota\ \kappa\alpha\tau\acute{\epsilon}\beta\eta\ \pi\acute{\upsilon}\rho\ \acute{\epsilon}\kappa\ \tau\omicron\upsilon\ \omicron\upsilon\rho\alpha\nu\omicron\upsilon\ \kappa\alpha\iota\ \kappa\alpha\tau\acute{\epsilon}\phi\alpha\gamma\epsilon\nu\ \alpha\upsilon\tau\omicron\upsilon\varsigma$  (Об. 20:9). Цікаво, що всі наявні в НЗ образи вогню як «пожираючої стихії», як і сам контекст  $\acute{\omicron}\ \zeta\eta\lambda\omicron\varsigma\ \kappa\alpha\tau\alpha\acute{\alpha}\gamma\epsilon\tau\alpha\iota$ ,

трапляються тільки у творах апостола Івана. Це може свідчити на користь того, що для згаданого автора такий образ є міцно вкоріненим у свідомості, а в контексті інших книг НЗ він є специфічним.

Як видається, з-поміж усіх гіпотетично можливих образів концепта ΦΘΝΟΣ, які виникають на підставі значень предиката κατεσθίω в контексті ὁ ζῆλος τοῦ οἴκου σου καταφάγεται με, найбільш імовірним є образ вогню, що свідчить про піроморфну метафору, в основі якої міститься КМ заздрість–вогень. Підтверджують наше припущення висновки, яких доходить дослідник Старого Завіту М. Дехуд, який, аналізуючи старозавітний контекст «*Бо ревність до твого дому мене з'їла, зневаги зневажаючих тебе на мене впали*» (Пс. 68:10), до якого (Ів. 2:17) виступає аллюзією, вважає, що єврейським словом *ākal*, «з'їдати», передано образ «поїдаючого вогню», а словом *pāral* «падати» – образ падіння на когось «гарячого вугілля» [4, с. 158].

Окрім конкретних (видимих) образів, новозавітний концепт ΦΘΝΟΣ виявляє метафоричні зв'язки з абстрактними категоріями, зокр., асоціюється з метою: Πρὸς φθόνου ἐπιποθεῖ τὸ πνεῦμα ὁ κατόκτισεν ἐν ἡμῖν (Як. 4:5). Такий образ концепта встановлюється імпліцитно на підставі сполучуваності його імені з предикатом ἐπιποθεῖω «прагнути». Хоч використана Яковом дестинативна метафора і дає ряд характеристик аналізованого концепта, як напр., його «бажаність» для когось, «розташування у певному просторі», вона є малоінформативною в плані виокремлення додаткових стійких конотацій (це загалом характерно для випадків перенесення імені з абстрактного предмета на абстрактний).

Новозавітний концепт ΦΘΝΟΣ постає також в образі вмістилища, в якому живуть або перебувають люди, пор.: εἰς γὰρ χολῆν πικρίας ὄρω σε ὄντα (Тит 3:3), εἰς γὰρ χολῆν πικρίας καὶ σύνδεσμον ἀδικίας ὄρω σε ὄντα (Ді. 8:23). Граматично це виражається за допомогою прийменників ἐν, εἰς у поєднанні з номінантами концепта. В основі такої, спеціальної, метафори міститься КМ заздрість–КОНТЕЙНЕР.

У цілому аналіз вторинних засобів концептуалізації новозавітного концепта ΦΘΝΟΣ показує, що згадана категорія християнської картини світу є складним структурним утворенням. Свідченням цього є насиченість його образного компонента різноплановими концептуальними метафорами – гігоморфною, реімоморфною, біоморфною, піроморфною, спеціальною, дестинативною, в основі яких містяться КМ заздрість–рідина, заздрість–предмет, заздрість–плід, заздрість–істога, заздрість–людина, заздрість–ворог, заздрість–воїн, заздрість–володар, заздрість–вогень, заздрість–мета, заздрість–КОНТЕЙНЕР, що виформовуються на підставі релевантних концептуальних ознак. Найбагатші гами ознак виявляють реімоморфна та біоморфна метафори. За зверненням до допоміжного суб'єкта, з яким уподібнюється аналізований концепт, метафори є спільними для кількох авторів НЗ – реімоморфна (Марко, Павло, Петро, Лука, Яків), антропоморфна (Марко, Яків, Павло), гігоморфна, спеціальна (Лука, Павло), що інформує про їх закріпленість у свідомості творців текстів, а також специфічними – піроморфна (Іван) та дестинативна (Яків), що вказує на їх індивідуальний характер. Прикметною рисою образного представлення концепта ΦΘΝΟΣ є також те, що ім'я суб'єкта уподібнення в текстах НЗ не називається – воно виявляється імпліцитно за допомогою предикативно-ад'єктивних зв'язків номінантів аналізованого концепта.

Подальшою перспективою дослідження образного компонента концепта ΦΘΝΟΣ може стати його порівняння з метафоричними образами інших новозавітних концептів групи смертні гріхи у плані виявлення особливостей їх метафоричної концептуалізації у канонічних текстах християнства.

#### Література:

1. Апресян В. Ю., Апресян Ю. Д. Метафора в семантическом представлении эмоций // Вопросы языкознания, 1993. – № 3. – С. 27-35.
2. Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека. – М. : Языки русской культуры, 1998. – 895 с.
3. Воркачев С. Счастье как лингвокультурный концепт. – М. : Гнозис, 2004. – 237 с.
4. Dahood M. Psalms II (51-100). Anchor Bible 17. – Garden City, NY : Doubleday, 1968.
5. The Greek New Testament, edited by K. Aland, M. Black, C. Martini, B. Metzger (Nestle-Aland 27th Edition of the Greek New Testament). – Stuttgart, 1993. – 918 p.
6. Jaynes J. The origin of consciousness in the breakdown of the bicameral mind. – Boston : Houghton Mifflin, 1976.
7. Liddell H. G., Scott R. A Greek-English Lexicon, 7th ed. – Oxford : At the Clarendon Press, 1890. – 1774 p.
8. Popowski Remigiusz, ks. Wielki słownik grecko-polski Nowego Testamentu /wydanie z pełną lokalizacją greckich haseł, kluczem polsko-greckim oraz indeksem form czasownikowych. – Warszawa : Vocatio, 1995. – 938 s.

Абашина В. Н.,

Львовский национальный университет им. И. Франко, г. Львов

### СЛОВА КОММУНИКАТИВНОГО ФОНДА В АССОЦИАТИВНОЙ ПРОЗЕ ВАЛЕНТИНА КАТАЕВА (ЧАСТИЦА ДАЖЕ)

*У статті викладені результати спостережень над функціонуванням однієї з російських часток в асоціативній прозі В. Катаєва. Проаналізована частка розглядається як слово комунікативного фонду мови, значення якого залежить від низки семантичних, синтаксичних і прагматичних умов вживання. В центрі дослідження комунікативно-прагматичний потенціал частки навіть.*

**Ключові слова:** частка, комунікативний фонд мови, асоціативна проза, В. Катаєв.

*В статье представлены результаты наблюдений над функционированием одной из русских частиц в ассоциативной прозе В. Катаева. Анализируемая частица рассматривается как слово коммуникативного фонда языка, значение которого зависит от ряда семантических, синтаксических и прагматических условий употребления. В центре исследования коммуникативно-прагматический потенциал частицы даже.*

**Ключевые слова:** частица, коммуникативный фонд языка, ассоциативная проза, В. Катаев.

*The article presents the results of observation on the functioning of one of particles of Russian in Katayev's associative prose. The analyzed particle is considered as a word of communicative fund of language, meaning of which depends from semantic, syntactic and pragmatic conditions of the use. Much attention is devoted to the communicative and pragmatic potential of a particle even.*

**Key words:** particle, communicative fund of language, associative prose, particle, Valentin Katayev.

Создавая грамматическое учение о русском слове, акад. В. В. Виноградов определил частицы как классы таких слов, «которые обычно не имеют вполне самостоятельного реального или материального значения, а вносят главным образом дополнительные оттенки в значения других слов, групп слов, предложений или же служат для выражения разного рода грамматических (а, следовательно, и логических и экспрессивных) отношений. Лексические значения этих слов совпадают с их грамматическими, логическими или экспрессивно-стилистическими функциями» [Виноградов, с. 520]. Представленное вполне традиционное понимание назначения частиц сегодня может быть уточнено посредством выявления тех семантических, синтаксических и прагматических условий, в которых эти частицы употребляются в высказывании и тексте. В рамках отдельного высказывания, а еще в большей степени в рамках текста частицы демонстрируют такие свои качества, которые невозможно обнаружить при их изолированном от контекста, в частности, лексикографическом изучении. Данное свойство в последнее время дало основание рассматривать частицы в разряде дискурсивных слов, основными признаками которых признаются не соотносительность с денотатом, не вхождение в пропозициональную структуру высказывания, отсутствие статуса синтаксического члена предложения. Из таких единиц, снабжающих «высказывание большим дополнительным к лексико-грамматическому составу количеством информации» [Николаева, с. 43], образован, по мнению Т. М. Николаевой, «коммуникативный фонд» языка. В связи с отмеченным задачей настоящего исследования стало наблюдение за одной из русских частиц в трех повестях В. Катаева – «Алмазный мой венец», «Трава забвения», «Святой колодец», метод построения которых сам автор определил как ассоциативный. При этом было принято решение идти от текста, то есть использовать метод сплошной выборки, при котором вначале выделяются все обнаруженные в тексте частицы. Актуальность исследования определяется тем, что в последнее время лингвистическая общественность осознала необходимость изучения всех обеспечивающих коммуникативное взаимодействие языковых единиц, в том числе и таких, которые в таксономическом языкознании относились к служебным словам.

Особое пристрастие к частице *даже*, получившей квалификацию одного из «глубоко антропоориентированных речевых средств», было выявлено Ф. С. Бацевичем [Бацевич, с. 97] у Ф. М. Достоевского. Проведенные наблюдения показали, что Валентин Катаев также достаточно часто прибегает в названных выше текстах к этому слову: *Всю дорогу, как только тронулись, он не переставая говорил и спорил, придираясь к каждому слову и даже междометию своего спутника* [с. 430]; *Даже снег желтел в Тверской заставе* [с. 482]; *Но это ему даже шло* [с. 253]. Писатель использует частицу *даже* в высказываниях, образованных на основе простых и сложных предложений, а также в своеобразных минитекстах – многокомпонентных синтаксических построениях.

Адекватно оценить использование создателем текста языковых средств – конкретных единиц языка или синтаксических конструкций, а в данном случае частиц – позволяет заявившее о себе в последнее время лингвопрагматическое направление, в основе которого лежит учет характера взаимодействия участников общения, прежде всего автора и его адресата. Описание таких единиц может оказаться плодотворным при проекции на процессы речевого поведения, особенно когда речь идет о характеристике идиостиля и авторского мировидения. Взаимодействие говорящего и адресата учитывается не только при производстве речи, но и при ее восприятии: говорящий моделирует возможное понимание сообщения адресатом и выбирает соответствующий вариант его языкового оформления, рассчитывая на адекватную лингвистическую рефлексию адресата. В свою очередь, адресат моделирует возможность понимания, восстанавливает передаваемый смысл, прежде всего ориентиру-

юсь на те языковые средства выражения, которые употребил говорящий. Изучаемая частица обладает особым потенциалом в этом процессе коммуникативного взаимодействия, поскольку «высказывания с частицами более референтны, более соотносимы с ситуацией и текстом» [Лев, Егорова, с. 93].

Используя анализируемую частицу *даже*, автор высказывания направляет процесс понимания адресатом своего сообщения, управляет его вниманием, добиваясь тем самым адекватности восприятия. Последнее всегда оказывается связанным с выделением каких-либо важных моментов сообщения, а именно, с организацией и иерархией семантических единиц в зависимости от их коммуникативно-прагматической ценности.

В теории актуального членения предложения констатируется, что частицы могут выступать как специальное средство обозначения коммуникативных компонентов высказывания, в частности его ремы. Показательно выделение в «Русской грамматике» в классе модальных частиц разряда, призванного, участвуя в выражении непосредственных реакций говорящего, подчеркивать, усиливать или акцентировать создаваемое им сообщение [Русская грамматика, с. 728]. Основная функция таких частиц, среди которых названа и частица *даже*, состоит в передаче разнообразных коммуникативных характеристик высказывания, в частности в отражении фокуса восприятия передаваемого сообщения. Усиливая определенный компонент высказывания, они концентрируют на нем внимание реципиента. По наблюдениям Г. Е. Крейдлина, частица *даже* «всегда примыкает к составляющей, которая сама является ремой предложения, либо содержит рему» [Крейдлин, с. 108-109]. Т. Е. Янко, также относящая рассматриваемую частицу к единицам, маркирующим рему высказывания, рематизаторам или, в другой терминологии, к фокализаторам, считает, что данная частица связана с выражением контраста, поскольку может «указывать на соответствие или несоответствие ожиданиям коммуникантов..., а также предполагать выбор из известного множества» [Янко, с. 337].

Ориентированность рассматриваемой частицы на выполнение ремовыделяющей функции находит объяснение в ее происхождении. Так, по мнению Т. М. Николаевой, частица *даже* сложилась из двух первичных партикул (частиц) *да* и *же* [Николаева, с. 8], последняя из которых также относится к числу усилительных-выделительных, а следовательно, призвана участвовать в обозначении рематической части высказывания. Иными словами, определенный коммуникативный потенциал был заложен у этой частицы изначально, уже в момент ее образования.

Проведенные наблюдения позволили выделить несколько типичных для В. Катаева случаев употребления частицы *даже*. К первому следует отнести те, которые предопределены присущей этой частице основной коммуникативной функцией – маркировать обозначение ремы высказывания путем ее усиления. В результате появления частицы происходит дополнительная актуализация рематической части высказывания: *Иван Алексеевич даже порывался поехать к вам в госпиталь...* [с. 514]; *Но как же я это сделаю, если я с Блоком, в сущности, даже не знаком* [с. 472].

В позиции ремы благодаря привлечению частицы *даже* получают возможность оказаться не только несущая основную смысловую нагрузку предикативная группа, но и компоненты, выражающие сопутствующую предикации информацию: *Однако законы железнодорожного расписания оказались непреодолимыми даже для его капризного гения* [с. 62]. Необходимые условия для того, чтобы такие компоненты оказались в реме высказывания, создает именно частица *даже*, поскольку с ее помощью актуализируются важные, с точки зрения говорящего, детали описываемого события. В приведенном примере удаление частицы приводит к тому, что кардинально меняется смысл сообщаемого: авторский вариант имел целью информировать о том, что собственно выступает в качестве объекта приложения предикации, в то время как трансформированный – *Однако законы железнодорожного расписания оказались непреодолимыми для его капризного гения* – дает описание отношений между предметом речи (*законы железнодорожного расписания*) и его предикативным признаком (*оказались непреодолимыми для его капризного гения*).

Замечено, что в акцентуации, обеспечиваемой анализируемой частицей, чаще нуждаются те названные лексическими группами или синтаксическими конструкциями смысловые блоки, которые оказываются в одном ряду с аналогичными по содержательному наполнению: *Впервые мы почувствовали себя освобожденными от всех тягот и предрассудков старого мира, от обязательств семейных, религиозных, даже моральных...* [с. 103]; *Среди простых, на вид очень скромных, даже несколько серых руководящих товарищей из губревкома, так называемой партийно-революционной верхушки, колченогий резко выделялся своим видом* [с. 110]. Автор подсказывает читателю, что собственно для него в этом ряду однородных событий, признаков или обстоятельств наиболее существенно. И это наиболее важное, то, на что должен, в его понимании, обратить внимание читатель, он маркирует частицей *даже*. При этом В. Катаев применяет частицу *даже* для обозначения значимости преимущественно последнего компонент ряда: *Тут же на стене висело еще несколько иконок в золоченых окладах, крестильных крестиков и даже, кажется, граненных пасхальных яичек...* [с. 518]. Более того, писателю нередко кажется недостаточным такое выделение из ряда, и он прибегает к еще более энергичному способу – сегментирует усиленный частицей *даже* компонент: *Какое чистое произношение! Артикуляция! Дикция! Совершенно как в Академическом Малом театре! Даже скорее в Художественном!* [с. 248]; *А я старался ничего не делать. Даже не думать* [с. 231].

Чтобы донести до читателя свое понимание описываемой ситуации, направить его внимание в правильное русло, В. Катаев использует прием введения частицы *даже* в состав вводных конструкций, служащих проявлению в высказывании языковой рефлексии автора. Понимая, что читатель должен сделать выбор наиболее важного из предлагаемых вариантов описания ситуации, и желая, чтобы он не ошибся в этом выборе, автор переходит к непосредственному выражению своей позиции путем введения в сообщение вводного предложения, передающего его отношение к способу выражения мысли: *Он был весьма приличен, вежлив, усат, бородат и, я бы даже сказал, не лишен некоторой приятности* [с. 106]; *И меня охватила такая щемящая – я даже не боюсь сказать – безумная грусть, описать которую не могу* [с. 185].



Специфика использования исследуемой частицы обнаруживается также в том, что В. Катаев, указав с ее помощью на свой ментальный выбор, тем не менее, испытывает некоторые сомнения в его правильности, в чем лишний раз проявляется одно из важных свойств человеческой природы – сомнения. Для этого привлекается вводная конструкция *может быть*, смысл которой обычно толкуется как передача значения недоверности. Соединяясь с частицей *даже* в своеобразный кластер, вводная конструкция приобретает дополнительное значение проблематической модальности: *Знаешь, мне кажется, что они занесли сюда возбудителей каких-то никому не нужных воспоминаний, тягостных ассоциаций, может быть даже старых снов* [с. 241]; *Единственное, что утешало человека-дятла, – это перспектива в конце концов получить бесплатно ящик, а может быть даже и два, баснословного вина «мцване»* [с. 249].

Контекст ассоциативной прозы предполагает повышенную эмоциональную составляющую в общем настроении повествователя, усиливающую экспрессию речевого воздействия. Повышению экспрессивности повествования способствует построение так называемых экспрессивных коммуникативных типов высказываний, которые, с точки зрения актуального членения, характеризуются отличным от стилистически нейтральных вариантов расположением его компонентов. Вынесение ремы высказывания в инициальную позицию придает высказыванию ярко выраженную стилистическую окрашенность, дополнительную эмоциональность и приближает его к устной речи. Привлечение частицы *даже* в таких ситуациях служит обозначением такой ремы: *Даже кубизм казался им слишком буржуазноотсталым* [с. 40]; *Даже повторить эти бунинские слова, переписав их своей рукою, и это громадное наслаждение!* [с. 390].

Введение в создаваемое сообщение частицы *даже* имеет принципиально важное значение для его толкования. Ее отсутствие не только дает иной коммуникативный тип высказывания, но и изменяет саму суть сообщения, о чем может свидетельствовать следующее сравнение: *Даже маленькие маргаритки, выросшие на газонах, отбрасывали миниатюрные тени* [с. 219] и *Маленькие маргаритки, выросшие на газонах, отбрасывали миниатюрные тени*. Такая значимость частицы для характеристики конкретного высказывания, определения его релевантных для восприятия коммуникативных параметров является лишним подтверждением правомерности отнесения этих слов к коммуникативному фонду языка.

Отдельную группу составляют случаи, где частица *даже* следует за занимающим в конструкции инициальную позицию личным местоимением: *Они даже свою группу назвали «Аметистовые уклоны»* [с. 21]; *Он даже как бы несколько помолодел, будто для него началась вторая юность* [с. 135]; *У нас даже не хватало сил проюркнуть мимо старика, продающего папиросы...* [с. 87]; *Мы даже не успели проститься* [с. 514]; *О нем даже есть в энциклопедическом словаре* [с. 339]. К такому приему оформления высказываний В. Катаев прибегает наиболее часто.

Анализ текстов В. Катаева оказался интересным в силу еще одного обстоятельства. Авторское использование анализируемой частицы позволило провести наблюдения над так называемым малым синтаксисом частицы *даже*. Оказалось, что в качестве базового компонента эта частица входит в деривативные цепочки: *и даже, или даже, ведь даже, не только...но даже, уже даже, пусть даже, пускай даже, как бы даже, или же даже, еще даже, чуть ли даже, даже еще, даже и, даже и того меньше*.

Характеризуя особенности функционирования частицы *даже*, мы неоднократно подчеркивали частотность их встречаемости в изучаемых текстах. Количественные параметры языковых фактов, по мнению одного из создателей поэтического языкознания Г. О. Винокура, существенны при анализе поэтического языка: «Даже тогда, когда мы имеем дело с чисто грамматическим материалом, известные психологические закономерности могут открываться в том, в каком внеграмматическом соотношении, например количественном, находятся эти отдельные грамматические факты между собой» [Винокур, с. 47]. Можно утверждать, что использование частицы *даже* – одна из наиболее характерных особенностей художественного стиля В. Катаева, в значительной степени определяющая его своеобразие, во всяком случае, того, который представлен в проанализированных текстах.

Резюмируя и определяя перспективы дальнейшего исследования затронутой проблематики, следует подчеркнуть ее насущность: сделать языковые средства доступными для говорящих можно лишь тогда, когда каждое из них наряду с таксономической получают также коммуникативно-прагматическую интерпретацию. И в этом существенным подспорьем будет предметный анализ художественной речи.

#### Литература:

1. Бацевич Ф. С. Семантика обманутого ожидания: слово даже у Достоевского / Ф. С. Бацевич // *Studia rusycystyczne Akademii Swietokrzyskiej*. Tom 12. – Kielce : Wydawnictwo Akademii Swietokrzyskiej, 2003. – С. 97-107.
2. Виноградов В. В. Русский язык (Грамматическое учение о слове) / В. В. Виноградов. – М. : Высшая школа, 1972. – 614 с.
3. Винокур Г. О. О языке художественной литературы: Учеб. пособие для филол. спец. вузов / Сост. Т. Г. Винокур. – М. : Высшая школа, 1991. – 448 с.
4. Крейдлин Г. Е. Лексема даже (1975) / Г. Е. Крейдлин // *Семиотика и информатика. Opera selecta*. Сборник научных статей. Выпуск 35. – М. : Русские словари, 1997. – С. 108-120.
5. Лев Л. С., Егорова Т. Г. Выделительные частицы *even, only* как лексические индикаторы имплицитного отрицания в тексте // *Служебные слова: Межвузовский сб. науч. тр.* – Новосибирск : Новосибирский ун-т, 1987. – С. 91-98.
6. Николаева Т. М. Непарадигматическая лингвистика: (История блуждающих частиц) / Т. М. Николаева. – М. : Языки славянских культур, 2008. – 376 с.
7. Русская грамматика. Т. 1. – М. : Наука, 1980. – 783 с.
8. Янко Т. Е. Коммуникативные стратегии русской речи / Т. Е. Янко. – М. : Языки славянской культуры, 2001. – 384 с.

Андрушенко О. Ю.,  
Житомирський державний університет, м. Житомир

## ІНФОРМАЦІЙНА СТРУКТУРА РЕЧЕННЯ: ПРОБЛЕМАТИКА ІСТОРИЧНИХ СТУДІЙ

*У статті висвітлені головні положення сучасної теорії інформаційної структури речення, проаналізовані новітні підходи до вивчення ІСР у діахронії, окреслені переваги ознакових синтаксичних моделей в історичних мовних студіях.*

**Ключові слова:** інформаційна структура речення, стара / нова інформація, топік, коментар, фокус, фон, ознакова синтаксична модель.

*В статье освещены главные положения современной теории информационной структуры предложения, проанализированы новые подходы к изучению ИСП в диахронии, очерчены преимущества признаковых синтаксических моделей в исторических языковых исследованиях.*

**Ключевые слова:** информационная структура предложения, старая / новая информация, топик, комментарий, фокус, фон, признаковая синтаксическая модель.

*The article highlights the main issues of modern theory of sentence information structure, as well as, new approaches to IS analysis in diachrony. It focuses on advantages of cartographic syntactic models in historical language studies.*

**Key-words:** information structure of a sentence, old / new information, topic, comment, focus, background, cartographic syntactic model.

Теорія інформаційної структури речення (ІСР) має на меті пояснити, за якими принципами ми поділяємо інформацію на стару та нову, більш значущу та менш важливу, виявити, як граматики кожної мови кодує ці поняття, дослідити взаємозв'язок синтаксису, семантики та просодії у процесі такого кодування.

Термін «інформаційна структура» досить поширений серед прихильників генеративної парадигми, тоді як у більшості функціональних студій використовують поняття «актуальне» або «комунікативне» членування речення. Позиції функціоналізму в цій царині досить міцні, проте останні здобутки генеративного підходу дають змогу значно поглибити наші знання про ІСР. Так, широке визнання отримала Програма мінімалізму Н. Хомського [2], яка пропонує дериваційну модель речення – створення його із окремих фрагментів та аналіз допустимості їх вживання. Мінімалістська програма, суттєвий внесок у яку зробили видатні лінгвісти (Нелеман, Рейнхард [6], Чинкве [3], та ін.), набуває стрімкого розвитку: її випробовують на матеріалі різних мов, як сучасних, так і давніх.

Привертає увагу той факт, що історичні розвідки, присвячені ІСР, зосереджені, здебільшого, на окремих її аспектах: порядку слів, типових виразах, частках, що маркують компоненти структури та ін. Мета нашого дослідження – виробити стратегію, яка дозволить описати систему граматичних засобів, що обслуговують ІСР, та побудувати її модель з урахуванням останніх генеративних підходів та теорій. Ця модель повинна бути максимально пристосованою до специфіки діахронних досліджень, які ми плануємо здійснити на матеріалі англійської мови від перших писемних пам'яток до сучасного періоду.

Діахронне дослідження здатне детально висвітлити еволюцію мовної системи та пояснити її сучасні перспективи. Іншою перевагою діахронних студій є можливість відтворити сценарій механізму змін та пояснити вплив інтра- чи екстралінгвальних факторів, що дає змогу не тільки спрогнозувати розвиток мови, але й слугує критерієм для різних сучасних лінгвістичних теорій. Розглянемо окремі історичні розвідки, присвячені дослідженню ІСР у межах генеративної парадигми.

Вивчення ІСР в історичній площині пов'язане насамперед з тим, яким чином інформаційно-структурні фактори впливають на синтаксичні зміни [11]. Так, у генеративістиці панують дві протилежні точки зору щодо цього питання. Зокрема Е. Тейлор та С. Пінчук вважають, що прямий зв'язок між ІСР та порядком слів відсутній. Свої висновки вони обґрунтовують на матеріалі 1500 давньо- та середньоанглійських клауз, що містять допоміжні дієслова та об'єкт. У результаті аналізу виявилось, що на позицію об'єкта в реченні впливають три незалежні фактори: текст, інформаційний статус та синтаксична складність самого речення [10].

З іншого боку, Т. Біберауер та А. ван Кеменаде наполягають, що на ранніх стадіях розвитку англійської мови порядок слів був чутливим до ІСР. Аргументом, на відміну від попередніх досліджень, є позиція суб'єкта в реченні, оскільки він, як обов'язковий компонент речення, є визначальним і для сучасної англійської мови. Таким чином, перехід мови від OV-типу до VO-типу протягом давньо- та середньоанглійського періодів відбувався із урахуванням інформаційно-структурних факторів [1].

Проблематиці впливу ІСР на синтаксис давньонімецької мови присвячені праці С. Петрової та Р. Хінтерхольцеля, в яких автори доводять, що різний порядок слів відбиває членування інформації на топік :: коментар та фокус :: фон [4; 7]. У розвідках М. Вестергард розглянуто взаємовплив ІСР та синтаксису у норвезькій мові на різних її історичних етапах [11].

Привертають увагу діахронні розвідки у романських мовах, які дають змогу пояснити вплив ІСР на механізми скремблінгу об'єкта зокрема у сучасній португальській [5]. Питанню порядку слів за період від давньо- до сучасної іспанської присвячені дослідження І. Сітаріду, яка доводить, що давньоіспанський порядок слів з дієсловом у другій позиції зумовлений особливостями інформаційної структури, а чутливі до дискурсу елементи зустрічаються, зазвичай, у позиції перед дієсловом [9].

Як свідчить наведений вище матеріал, автори зосереджуються на окремих, хоча і важливих, аспектах теорії інформаційної структури. Вочевидь, є потреба у комплексному підході до проблеми діахронного дослідження ІСР, зокрема, створенні її генеративної моделі.

Як відомо, слова в реченні комбінуються в лінійну послідовність, яку вимовляє мовець, та реконструюються в конститuentи, що певним чином обробляє та декодує слухач. Дослідження ICP передбачає вивчення її взаємодії з такими лінгвістичними рівнями як морфологія, синтаксис, просодія, семантика та прагматика, тому одним із завдань є визначення того, який з мовних рівнів спрацьовує першим при породженні висловлювань. Вочевидь, на це впливають особливості різних історичних періодів розвитку мови, оскільки основні і допоміжні засоби та їх взаємозв'язок можуть змінюватися з плином часу. Наприклад, для сучасної англійської мови з її усталеним порядком слів SVO, найбільш вагомим при визначенні таких компонентів як топик :: коментар, фокус :: фон, стара :: нова інформація для мовця і слухача є інтонація та нуклеарний наголос в реченні. Проте, як стверджують науковці, для давньоанглійської мови таким критерієм виступає синтаксична будова речення, оскільки вивчення просодичних явищ є неможливим [1].

Зазначимо, що у сучасних мовах головні методи при визначенні фокусу :: фону, топіку :: коментаря, старої :: нової інформації спираються на просодію та широко застосовують експериментальні методики запитань-відповідей. Оскільки різноманітні просодичні моделі непридатні для вивчення ICP у давніх мовах, нам слід зосередитись на іншому типі – синтаксичних моделях інформаційної структури.

Генеративні моделі, які описують засоби вираження ICP, умовно поділяють на конфігураційні та ознакові. Серед останніх найбільш відомою є модель Л. Ріцці [8]. Вона передбачає виявлення у компонентів речення наступних ознак: Foc – фокус, Top – топик, Ground – фон. Речення представлене наступною формулою:

(1) [ForceP[TopP[FocP[FinP[TP...]]]], де ForceP (силова фраза) встановлює відношення речення до контексту, включаючи інформацію про тип речення; TopP (топик) презентує стару інформацію в контексті; FocP (фокус) експлікує нову інформацію; FinP (фінітна група) містить такі елементи як час, спосіб, стан тощо. Отже, топик і фокус є «сендвічами» між ForceP та FinP. Наведемо приклад використання ознакової моделі Ріцці:

(2) And hyre hired-cnihtas hi eadmodlice cyston (Eug: 249/40) – and her household-servants humbly kissed her.

Згідно формули (1) *hyre hired-cnihtas* має ознаки Foc, *hi* – Top. Зв'язок з фонологією у ознакових моделях виглядає наступним чином: слово або словосполучення, які відповідають ознаці Foc, отримують головний наголос. Інформаційно-структурні ознаки здатні провокувати переміщення компонентів речення у відповідності до головних положень мінімалізму: розширеним принципом проєкції, теорією переміщень та принципом узгодження ознак [2].

Конфігураційні моделі спираються на загальні властивості структури речення, зокрема ієрархічні відносини включення та глибину у процесі деривації. Їх особливістю є використання як синтаксичної, так і просодичної структури. Отже, фокусу у таких моделях відповідає конфігурація з компонентом речення, на який припадає головний наголос. Поширеною є конфігураційна модель Т. Рейнхарт та А. Неелемана [6]. Головним у їх концепції є поняття «множини фокусів» із якої на інтерфейсі між дискурсною системою та граматичною виокремлюється лише один. До такої множини автори пропонують відносити усі складові, що містять головний наголос, а для визначення остаточного варіанту використовувати дискурсну прив'язку.

При створенні моделі інформаційної структури, максимально пристосованої для діахронних досліджень, будемо керуватись наступним: усі синтаксичні явища в царині ICP є первинними, а просодичні – похідні від них. Отже, найбільш придатними для нас є ознакові моделі, які дозволяють не тільки визначити інформаційно-структурні компоненти речення, а й зробити припущення відносно його просодичної складової. Використання такої моделі при вивченні спочатку давніх текстів, а потім на матеріалі сучасної англійської мови, здатне довести її достовірність та ефективність.

### Література:

1. Biberauer T. Kemenade A. van. Subject Positions and Information-Structural Diversification in the History of English // Catalan Journal of Linguistics. Generative Diachronic Syntax: Word Order and Information Structure / Ed. Batllori M., Hernanz L. – 2011. – Vol. 10. – P. 17-70.
2. Chomsky N. The Minimalist Program. – Cambridge, Mass. : MIT Press, 1995. – 420 p.
3. Cinque G. Restructuring and Functional Heads. – Oxford : Oxford University Press, 2006. – 220 p.
4. Hinterhölzl R. The Role of Information Structure in Word Order Variation and Word Order Change // Information Structure and Word Order Change: New Approaches to Word Order Variation in Germanic. – Berlin; New York : Mouton der Gruyter, 2009. – P. 49-67.
5. Martins M. The Loss of IP-Scrambling in Portuguese: Word Order Variation and Change // Syntactic Effects of Morphological Change / Ed. D. Lightfoot. – Oxford; N.-Y. : Oxford University Press, 2002. – P. 232-248.
6. Neeleman A., Reinhart T. Scrambling and the PF Interface // The Projection of Arguments: Lexical and Compositional Factors / Eds. Butt M., Geuder W. – Stanford CA : CSLI Publications, 1998. – P. 309-353.
7. Petrova, S. A Discourse-Based Approach to Verb Placement in Early West-Germanic // Interdisciplinary Studies on Information Structure. – Amsterdam; Philadelphia : John Benjamins Publishing Company, 2006. – P. 153-185.
8. Rizzi, L. The Fine Structure of the Left Periphery // Elements of Grammar. – Dordrecht : Kluwer, 1997. – P. 281-337.
9. Sitaridou I. Word Order and Information Structure and Old Spanish // Catalan Journal of Linguistics. Generative Diachronic Syntax: Word Order and Information Structure / Ed. Batllori M., Hernanz L. – 2011. – Vol. 10. – P. 159-184.
10. Taylor A., S. Pintzuk. VO Order, Clause Type and Information Status in Old English. Paper Presented at the 10th Diachronic Generative Syntax Conference. – Cambridge, UK, July 2010.
11. Westergaard M. Subject Positions and Information Structure: The Effect of Frequency on Acquisition and Change // Studia Linguistica. – 2011. – Vol. 3. – P. 299-332.

*Антоненко Ю. М.,  
ЛНУ імені Івана Франка, г. Львів*

## ОСОБЕННОСТИ ЗАГОЛОВКОВ НАУЧНЫХ РЕЦЕНЗИЙ

*У статті розглядаються комунікативні і прагматичні особливості функціонування заголовків в науковій рецензії як окремому жанрі мовлення, розкривається інтертекстуальний характер заголовку, що сприяє реалізації жанрової мети наукової рецензії – оцінці нового знання.*

**Ключові слова:** заголовок, наукова рецензія, жанр мовлення, інтертекстуальність.

*В статье рассматриваются коммуникативные и прагматические особенности функционирования заголовков в научной рецензии как отдельном жанре речи, раскрывается интертекстуальный характер заголовка, способствующий реализации жанровой цели научной рецензии – оценке нового знания.*

**Ключевые слова:** заголовок, научная рецензия, жанр речи, интертекстуальность.

*The article presents the communicative and pragmatic peculiarities of functioning of headings in the scientific review as a separate speech genre, reveals intertextual character of heading facilitating realization of genre purpose of the scientific review – an evaluation of new knowledge.*

**Key words:** heading, scientific review, speech genre, intertextuality.

Современное понимание языка как коммуникативного процесса вывело изучение речевых жанров научного стиля, одним из которых является научная рецензия, на качественно новый уровень. С позиций жанроведческого подхода перспективным для полноценного исследования жанровой специфики текстов научной рецензии является анализ заголовочных конструкций, поскольку «именно особенность их (заголовков – Ю. А.) употребления представляет интерес для генолога, так как они могут отличаться в разных жанрах как своеобразные отпечатки их специфической коммуникативной направленности» [8, с. 131]. Цель статьи – рассмотреть отличительные черты заголовка жанра научной рецензии, коммуникативная цель которого накладывает ограничения на выбор формы и содержания заглавия. Актуальность исследования усматривается в том, что системное изучение в жанроведении собственно научной речи, в том числе и научной рецензии, всех ее признаков и атрибутов пока еще пребывает на начальной стадии.

Материалом для исследования послужили заголовки рецензий, опубликованных в таких авторитетных для научного сообщества изданиях, как «Вопросы языкознания» и «Вопросы литературы».

Коммуникативная цель жанра научной рецензии раскрывается в объективной оценке нового знания, поэтому именно научную рецензию можно считать «основным типом текста, где актуализируется эвалюативное намерение адресанта» [4, с. 66]. Для успешного выполнения поставленной автором рецензии коммуникативной задачи задействован целый комплекс «разнообразных интертекстуальных и интердискурсивных связей и отношений» [8, с. 100], средством реализации которых, наряду с другими, является заголовок, служащий для обозначения «соотнесенности собственного произведения с другим, современным или предшествующим» [7, с. 200].

В отличие от заголовков публицистических или художественных текстов, в которых на первый план выходит рекламная и эмоционально-экспрессивная функции, в научных текстах первостепенной является функция информативности [3, с. 188]. Наиболее полно критерию информативности заглавия научного текста отвечают заголовки рецензий лингвистической направленности, в концентрированной форме содержащие информацию о рецензии, а также реализующие интертекстуальные связи с предтекстом: «*Сравнительно-историческая грамматика тюркских языков. Региональные реконструкции / Отв. ред. чл.-корр. РАН Э. Р. Тенишев. РАН Ин-т языкознания. – М.: Наука, 2002. 767 с.*» (ВЯ. – №2. – 2004. – С. 123); «*Современный русский язык: социальная и функциональная дифференциация / Отв. ред. Л. П. Крысин. М. Языки славянской культуры, 2003. – 565 с.*» (ВЯ. – № 3. – 2004. – С. 114). Из этого следует, что заглавия научных рецензий выступают своего рода прагматическими пресуппозициями [1], опирающимися на общий когнитивный фонд знаний адресата и адресанта и позволяющими автору предоставить информацию, необходимую для адекватного восприятия и интерпретации текста рецензии, адресату же определить релевантность данной информации в контексте коммуникативной ситуации.

Как отмечает Ю. В. Рождественский, «научная журнальная литература является средством организации науки, за счет которого организуется общение между авторами и читателями научных текстов, а также суммация научных знаний, отделение более значимых научных текстов от менее значимых» [6, с. 234]. Следовательно, заголовок представляет собой компрессированное содержание рецензии, и в соответствии с коммуникативной целью жанра несет имплицитную информацию о предмете исследования в рецензируемом издании, дает возможность читателю вычленив значимый для него текст из общей массы, а также бегло ознакомиться с актуальными научными проблемами. Все названные факторы помогают интенсифицировать процесс поиска информации и в целом способствуют развитию научного знания.

Заглавие научного текста выполняет не только номинативную функцию, но и наряду с цитатами, косвенной речью, примечаниями, сносками, фоновыми ссылками является эксплицитным средством выражения категории интертекстуальности. Заголовок научной рецензии выступает в качестве особого средства «намеренно маркированной интертекстуальности» [7, с. 187], предусматривающей осознанное стремление автора подчеркнуть связь рецензии с предтекстом. Это способствует созданию необходимых условий для восприятия адресатом текста в его диалогической соотнесенности.

Проведенный анализ заголовков рецензий, объектом оценки которых являются издания в области лингвистики, показал, что в таком типе текстов заглавием является исключительно название рецензируемой книги, дополненное библиографическими сведениями, отсылающими читателя к рецензируемому тексту, что исключает

неверную интерпретацию содержания рецензии. Таким образом, заголовок в большей мере направлен ретроспективно к исходному тексту, чем проспективно к тексту самой рецензии: «*Е. В. Перехвальская. Русские пиджины. СПб.: Алетейя, 2008. 364 с.*» (ВЯ. – №5. – 2010. – С. 135); «*Скворцов Л. И. Теоретические основы культуры речи. – М.: Наука, 1980. 352 с.*» (ВЯ. – №4. – 1981. – С. 132); «*М. И. Стеблин – Каменский. История скандинавских языков. – М.-Л., Изд-во АН СССР, 1953. 340 стр. с илл. и карт. (Ин-т языкознания)*» (ВЯ. – №3. – 1954. – С. 126).

Активно проводимые в настоящее время исследования в области жанроведения показали, что языковое наполнение жанровой формы зависит от целого ряда экстралингвистических факторов, поэтому критерии отбора языковых средств для создания текстового воплощения речевого жанра обусловлены социокультурными факторами, а коммуникативная стратегия рецензента формируется под действием конвенционально закрепленных в дискурсивном сообществе правил создания научных текстов. Исключения составляют жанры научно-популярной литературы, «для текстов которых характерно сближение с некоторыми жанрами публицистического стиля» [3, с. 338], отличающегося эмоциональностью, образностью изложения, использованием прецедентных единиц, языковой игры, ярко выраженной позицией автора.

Литературоведческая научная рецензия не может рассматриваться в качестве периферийного жанра, следовательно, использование элементов публицистического дискурса должно считаться не только нерелевантным, но и являться признаком несоблюдения требований научного сообщества к созданию такого рода текстов. Тем не менее, ученые отмечают, что в жанре научной рецензии наблюдается «отход от ригористических моделей построения текста к «более свободному» употреблению языковых средств» [5, с. 187-188].

Данное утверждение подкрепляется проанализированным в рамках данного исследования фактическим материалом: тенденция к использованию элементов публицистического дискурса отмечается в литературоведческих научных рецензиях с 60-х годов XX века.

При создании заголовка рецензенты руководствуются различными прагматическими установками для раскрытия интертекстуального потенциала заглавия, который «реализуется через взаимодействие текста с читателем, его фондом знаний и установок на восприятие» [7, с. 190].

Авторы рецензий, направленных на анализ изданий в области языкознания, прибегают к актуализации фонда научных знаний, используя при этом традиционные способы номинации, избегая смешения публицистической и научной дискурсивных традиций. Заглавие служит средством получения информации, соответствует критериям объективности и научности изложения и призвано сформировать у адресата представление о наличии в тексте только той информации, которая касается непосредственно предтекста.

Пишущие литературоведческие рецензии авторы, в своем большинстве, демонстрируют творческий подход к выбору заголовков, свободно используют стилистические и синтаксические средства, иррелевантные для научного изложения, приемы языковой игры, апеллируют к фоновым знаниям адресата с помощью средств интертекстуальности, прецедентных знаков. Такой подход вполне оправдан жанровой спецификой научной рецензии и не отменяет общей установки на объективность оценки, более того, подтверждает меру её объективности, способствует успешной реализации жанровой цели.

Заголовки литературоведческих рецензий не подтверждают выводы исследователей о строгой информативности заглавий научных жанров речи. Заглавие литературоведческой рецензии раскрывает широкие перспективы для выражения позиции автора, поэтому для рецензий на литературоведческую тематику случаи дословного использования названия рецензируемого издания в качестве заголовка являются малочастотными – «*Венгры и Европа*» – рецензия на сборник эссе «*Венгры и Европа*» (ВЛ. – № 3. – 2003. – С. 331). Также возможен вариант усечения заглавия рецензируемого издания для придания заголовку рецензии краткости и ёмкости, что не было встречено в рецензиях, посвященных изданиям в области лингвистики: «*Хождения во Флоренцию*» (ВЛ. – №1. – 2004. – С. 356) – рецензия на книгу «*Хождения во Флоренцию. Флоренция и флорентийцы в русской культуре. Из века XIX в век XXI*».

Заголовок литературоведческой рецензии служит другим целям: заинтересовать читателя, выразить основную идею книги или рецензии, поэтому эксплицировать содержание рецензируемого издания из заглавия не всегда представляется возможным: «*Никто не разгадал меня совершенно...*» (ВЛ. – №6. – 2005. – С. 326) – издание посвящено исследованию творчества Н. В. Гоголя; «*Не по правилам*» (ВЛ. – №4. – 2003. – С. 351) – только из текста собственно рецензии можно понять, что речь идет о жизни и творчестве Вл. Набокова.

Иногда перед автором стоит задача указать на предмет исследования в рецензируемом издании, так как само название ставшей объектом научного анализа книги его не содержит: рецензия на сборник статей «*Сохрани мою речь. Вып. 4. В 2 ч. М.: РГГУ, 2008. 808 с.*» (ВЛ. – №6. – 2010. – С. 439) носит название «*Новый мандельштамовский сборник*». Информация о том, что издание посвящено проблематике изучения жизни и творчества О. Мандельштама, отсутствует в заголовке, поэтому использование его в качестве заголовочной конструкции в рецензии является нецелесообразным с позиции информативности.

Характерным приемом авторов литературоведческих рецензий является подача названия рецензируемого издания внизу страницы, снабдив специальным знаком для обозначения сноски – звездочкой, что позволяет не только использовать заголовок для выполнения несвойственных для научной коммуникации задач, но и сравнить его с названием книги непосредственно после прочтения, что способствует прагматическому воздействию на адресата. Например, название рецензии «*Под колесом*» (ВЛ. – №4. – 2006. – С. 330) активизирует общий социокультурный фонд автора и читателя только после прочтения названия книги «*Аппарат ЦК КПСС и культура. 1958-1964. Документы*». Элементы образности вносят эмоциональную составляющую в заглавие и имплицитно указывают на авторскую позицию.

Показателен также пример заголовка рецензии на книгу Ю. Буртина «*Исповедь шестидесятника*», которая носит название «*Реальная критика новомирского шестидесятника*» (ВЛ. – № 1. – 2005. – С. 340). В данном случае рецензент прибегает к использованию экспрессивной функции заголовка, в принципе являющейся

нехарактерной для заглавий научного текста. Название содержит фоновую информацию о том, что Ю. Буртин писал критические статьи для журнала «Новый мир», формирует положительную оценку деятельности автора, указывает на качество его критических публикаций, а также отсылает читателя к общественным реалиям, не связанным с предметом анализа.

При сравнении печатного издания с его интернет-версией обнаружилось, что название рецензируемой книги в интернет-издании располагается после основного текста рецензии, что позволяет ознакомиться с аргументами, выдвигаемыми автором рецензии, основной идеей текста, в концентрированной форме представленной в заглавии: *«Цель поэзии – очеловечивание»* (ВЛ. – №3. – 2009. – С. 473) – заголовок выражает основную идею рецензии, что последовательно раскрывается в тексте, а также, по мнению автора, логически вытекает из содержания рецензируемой книги. Сопоставить полученную информацию с названием книги В. Корнилова *«Покуда над стихами плачут...»* представляется возможным только после ознакомления с рецензией.

В литературоведческих рецензиях активно привлекаются авторами языковые средства экспрессивности, языковая игра. Например, название рецензии *«Черным по белому: о рабстве и рабах в современной американистике»* (ВЛ. – №5. – 2010. – С. 454) не только содержит информацию о расовой дискриминации, но и содержит оценочный компонент, указывающий имплицитно на соответствие содержания рецензируемого сборника заявленной проблематике, а также на ясность и информативность статей.

Распространенным является использование рецензентами риторических вопросов и вопросно-ответных комплексов, побуждающих читателя быть вовлеченным в диалог с автором рецензии: *«Обогнали? Нет, обогнули»* (ВЛ. №3. – 2007. – С. 347); *«Драку заказывали?»* (ВЛ. – №5. – 2010. – С. 464); *«Почему всегда «горе уму?»»* (ВЛ. – №1. – 2004. – С. 348) – рецензия на книгу Е. Цимбаевой *«Грибоедов»*. В данном примере также использован прецедентный знак, указывающий на название романа А. С. Грибоедова *«Горе от ума»*, что позволяет читателю, увидев заголовок, правильно интерпретировать содержание рецензии.

Е. А. Баженова, изучающая прецедентные единицы в научном тексте, отмечает, что «фоновая информация, не имеющая непосредственного отношения к содержанию излагаемого знания, для общения в сфере науки оказывается несущественной, поэтому прецеденты культурного характера в современных академических текстах встречаются крайне редко» [2, с. 32]. Проанализированный материал позволяет говорить о достаточном количестве прецедентных знаков общекультурного характера: *«Невероятные приключения французов в России, или Русские Бальзак, Пруст и Метерлинк»* (ВЛ. – №2. – 2003. – С. 329); *«Два пути к украинскому Иерусалиму»* (ВЛ. – №6. – 2004. – С. 330); *«Не стать Каспаром Гаузером»* (ВЛ. – №6. – 2008. – С. 347).

Прецедентные знаки также могут присутствовать в заголовке в трансформированном виде: *«В сторону Твена»* (ВЛ. – №10. – 1985. – С. 252) – заголовок рецензии отсылает к роману М. Пруста *«В сторону Свана»*, на чем автор дополнительно акцентирует внимание в тексте рецензии. *«Неволищная гора»* (ВЛ. – №5. – 2009. – С. 449) – данный заголовок актуализирует общие фоновые знания адресата и адресанта о романе *«Волищная гора»* Томаса Манна.

Заголовки научных рецензий нередко содержат в себе имплицитный оценочный компонент. Например, название рецензии *«Исследование романтизма продолжается»* (ВЛ. – №3. – 2008. – С. 352) передает положительную оценку книги по критерию преемственности научного знания или в других случаях его новизны, что иллюстрирует следующий пример: *«Новый взгляд на русскую оду»* (ВЛ. – №4. – 2007. – С. 350). *«Еще раз о «серебряном веке»: как у нас исследуют культурные влияния»* (ВЛ. – №2. – 2006. – С. 328).

Явления такого рода требуют дальнейшего осмысления, однако наглядно демонстрируют актуальность и динамичность жанра научной рецензии, свидетельствуют о его способности откликаться на изменения в жизни общества.

Антропоцентрический подход к языковым фактам позволяет утверждать, что заголовки научных рецензий не только информируют читателей о новом научном издании, но и актуализируют общие фоновые знания адресата и адресанта, эксплицирует интертекстуальные связи, подчеркивает преемственность научного знания. В данном случае также можно говорить об экспликации системы ценностей и особенностей мировоззрения, присущих автору, в заголовке научной рецензии, что может быть оценено как перспектива для дальнейшего исследования.

### Литература:

1. Арутюнова Н. Д. Понятие пресуппозиции в лингвистике / Н. Д. Арутюнова // Известия АН СССР. Серия литературы и языка. – М. : Изд-во АН СССР, 1973. – Т. 32. – № 1. – С. 84-89.
2. Баженова Е. А. Прецедентные единицы в научном тексте / Е. А. Баженова // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. – М. : Изд-во Пермского ун-та, 2010. – № 3(9). – С. 32-36.
3. Культура русской речи: энциклопедический словарь-справочник / Под. ред. Л. Ю. Иванова, А. П. Сковородникова, Е. Н. Ширяева и др. – М. : Флинта: Наука, 2003. – 840 с.
4. Миронова Н. Н. Дискурс-анализ оценочной семантики. – Учебное пособие. / Н. Н. Миронова – М. : НВИ – ТЕЗАУРУС, 1997. – 158 с.
5. Разинкина Н. М. Развитие языка английской научной литературы. / Н. М. Разинкина – М. : Наука. – 1978. – 212 с.
6. Рождественский Ю. В. Общая филология. / Ю. В. Рождественский – М. : Фонд «Новое тысячелетие», 1996. – 326 с.
7. Чернявская В. Е. Лингвистика текста: Поликодовость, интертекстуальность, интердискурсивность. Учебное пособие. / В. Е. Чернявская. – М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. – 248 с.
8. Яхонтова Т. В. Лінгвістична генологія наукової комунікації: монографія / Т. В. Яхонтова. – Львів : Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2009. – 420 с.

Бабенко Е. В.,

Национальный университет биоресурсов и природопользования Украины, г. Киев

## ПРАГМАТИЧЕСКИЕ ФУНКЦИИ РЕКЛАМНОЙ АННОТАЦИИ (на материале английского языка)

*У статті розглядаються прагматичні функції жанру рекламної анотації англомовної навчальної літератури. Висвітлено стратегії рекламного дискурсу та засоби його реалізації на прикладах всесвітньо відомих видавництв.*

**Ключові слова:** прагматичні функції, жанр рекламної анотації, дискурс, англомовна навчальна література.

*В статье рассматриваются прагматические функции жанра рекламной аннотации англоязычной учебной литературы. Освещены стратегии рекламного дискурса и средства его реализации на примерах всемирно известных издательств.*

**Ключевые слова:** прагматические функции, жанр рекламной аннотации, дискурс, англоязычная учебная литература.

*The article deals with the pragmatic functions of the genre of advertising abstracts of English textbooks. Some examples of advertising discourse and ways of its realization are enlightened on the examples of the world famous publishing houses.*

**Key words:** pragmatic functions, the genre of advertising abstracts, discourse, the English educational literature.

Развитие новых информационных технологий в сфере коммуникации позволяет филологам, лингвистам интегрироваться в международное академическое пространство, получать доступ к обширной научной литературе, изданной на английском языке. Таким образом, проблемы изучения английского языка в специальных целях, в частности, в текстах рекламной аннотации учебных изданий для осуществления успешной профессиональной деятельности, приобретают сегодня все большую актуальность.

Без сомнения реклама, как средство массового воздействия, оказалась в центре внимания лингвистических исследований. Изучению этого феномена посвящены многочисленные исследования Е. Е. Корниловой, С. Г. Кара-Мурза, Т. Н. Лившиц, Л. В. Лебедевой, М. В. Черкуновой, В. В. Ученовой, Е. В. Дзякович, Е. А. Терпуговой и других.

В зависимости от используемой техники речевого воздействия предлагается различать несколько основных типов рекламы [1, с. 50; 4, с. 121]:

1) информативная (рациональная) реклама, вызывающая к разуму потенциального клиента;

2) механистическая реклама, апеллирующая к определенным стереотипам;

3) суггестивная, эмоциональная или имиджевая реклама, обращенная к чувствам, эмоциям, подсознанию потребителя.

Прагматика рекламной коммуникации заключается в ориентации на реализацию двух функций – функции информирования и функции воздействия. Последняя подразумевает не только формирование убеждений и устойчивых отношений к рекламируемому продукту, но и побуждение к конкретному действию – приобретению товара.

Современная реклама строится на всех типах рекламирования с преобладанием последнего, однако, жанр рекламной аннотации учебной и научной литературы имеет свои особенности.

Цель написания данной статьи – проанализировать прагматические аспекты жанра рекламной аннотации англоязычной учебной литературы.

Этот жанр рекламы характеризуется ярко выраженными особенностями. Так, получателем данной рекламы является человек образованный, специалист в узкой отрасли знания. Данный адресат не нуждается в примитивном внушении; его необходимо убедить в достоинствах предлагаемого издания посредством логических доказательств и аргументов. Таким образом, воздействие в данном рекламном жанре осуществляется через рациональные формы речи и состоит из [2, с. 15]:

– указания на возможность разрешения профессиональных вопросов;

– указания на возможную экономию;

– описания достоинств композиционного решения рекламируемого издания;

– перечня традиционно-культурных достоинств;

– маркированности высокого качества издания;

– указания на его эффективность;

– упоминания о достижении гарантированного результата в профессиональной области.

Для реализации воздействующей функции адресант использует определенные виды стратегий, которые являются конститутивными для рекламного дискурса: контактоустанавливающие, информативные, оценочные, метакоммуникативные, а также стратегии, регулирующие действия адресата [3, с. 58]:

Контактоустанавливающая стратегия реализуется через прямые вопросы к адресату, личные обращения, сильные утверждения. Например,

«Practise your way to success for young learners» [6].

«Here you'll find our full range of books, online courses, mobile apps and practice tests» [7].

Оценивающая стратегия направлена на освещение достоинств товара и его преимуществ перед другими сходными товарами. Это информация фактологическая. Рассмотрим пример,

«This practical reference book shows English language teachers how to teach the North American sound system and provides practical tips, clear explanations, diagrams and sample classroom activities. Each chapter covers one of the five main areas of... [8]».

В рубриках, которые посвящены рекламе книг для чтения можно отследить также эмоционально-оценочную лексику.

«In Slang: The People's Poetry, Michael Adams covers this *perennially interesting* subject in a serious but *highly engaging way*, illuminating...» [8].

«Award-winning original fiction for learners of English. At seven levels, from Starter to Advanced, this *impressive* selection of *carefully graded* readers offers *exciting* reading for every student's capabilities» [7].

«Thirty international scholars probe the main *disputed* issues in the study of the Dead Sea Scrolls. Essays engage with the *lively* debate» [8].

«Eyes on Labor narrates an essential chapter in American cultural history, offering a *fascinating broad-stroke* history of the relationship of ...» [8].

Особенностью стратегий подачи информации в тексте рекламной аннотации является подробное описание ключевых характеристик самого рекламируемого издания, его структуры и содержания, а не тех преимуществ, которые получит потребитель, что имеет место в случае массовой рекламы. Рассмотрим примеры.

«English Unlimited is a six-level goals-based course for adults. Centred on purposeful, real-life objectives, it prepares learners to use English independently for global communication» [7].

«This short intensive course provides 40 hours of material, making it the perfect choice for advanced adult/young adult students who want to make rapid progress» [7].

«English Unlimited for Spanish Speakers is a six-level goals-based course for Spanish-speaking adult learners. Centred on real-life objectives, it prepares learners to use English independently and confidently for global communication» [7].

Характерной особенностью подачи информации в рекламных аннотациях является также информационная усеченность данных текстов, призванная заинтриговать читателя, дать ему стимул для использования или приобретения рекламируемой продукции:

«The world's most trusted dictionaries» [8];

«A colourful, concept-driven course»;

«A story-based course to inspire young imaginations»;

«Develops language, conceptual and physical skills» [9].

Наличие сокращений также типично для этого жанра рекламы. Например,

«This is the teacher training course for teachers and trainee teachers preparing for the Cambridge *ESOL TKT* «Knowledge About Language» (*KAL*) Module»;

«Certificate in Advanced English (*CAE*)»;

«Certificate of Proficiency in English (*CPE*)»;

«First Certificate in English (*FCE*)»;

«International English Language Teaching System» (*IELTS*);

«International Legal English Certificate (*ILEC*)» [7].

Метакоммуникативные стратегии выражают взаимодействие между участниками дискурса, поддерживают интерес читателя, способствуют тематическому продвижению и поддержанию внимания. Данные реплики имеют, главным образом, вопросительную форму, хотя их иллокутивная сила обладает принципиально иным содержанием:

«A new etymology for Hamlet?» [7];

«Need a course mapped to the CEFR?»;

«Curious about New Total English? [9];

«How digital are you?» [7].

Регулирующие стратегии задают алгоритм действий потребителя, сообщают, где можно приобрести рекламируемый товар. Следует отметить, что для рекламных аннотаций не характерно использование директивных речевых актов, а также речевых актов, имплицитующих предложение совершить какие-либо действия. Вся информация, необходимая для приобретения конкретного издания, вынесена в отдельный структурный блок, включающий сведения о комплектности издания, времени его выхода из печати, наличии аудио- и видео-приложений, стоимости книги и т. п.

Безусловно, рекламная парадигма англоязычных учебных и научных изданий на современном этапе отличается достаточно свободными рамками, перечень ключевых характеристик анализируемых рекламных текстов представляет собой открытый ряд маркеров, которые в ходе дальнейшего лингвистического осмысления могут быть дополнены [5, с. 162], [10].

В заключении, можно констатировать, что функция воздействия, являющаяся ключевой для любого рекламного текста, имеет ряд особенностей в тексте аннотации:

1) во-первых, она ориентирована на узкую аудиторию специалистов;

2) во-вторых, данный рекламный дискурс характеризуется тщательно отобранной фактологической информацией;

3) в соответствии с «кодом сдержанности», рекламные аннотации не содержат эксплицитного призыва купить рекламируемое издание;

4) все сведения, касающиеся приобретения товара, присутствуют в тексте, но они вынесены в отдельную структурную единицу, занимающую конечное положение.

Таким образом, воздействие через рациональную сферу носит эксплицитный характер. Воздействие через эмоциональную сферу также присутствует в текстах рекламных аннотаций учебной литературы и осуществляется за счет применения стратегий контактоустановления, а также посредством формирования положительной оценки и включения в структуру рекламного объявления авторитетного и эмоционально насыщенного цитатного высказывания.



**Литература:**

1. Бретон Ф., Пру С. Взрыв коммуникации // Реклама: Внушение и манипуляция. Медиа-ориентированный подход. – Самара : Издательский Дом «БАХРАХ – М», 2001. – С. 50-79.
2. Варганова Н. Г. Структурно-семантические и функциональные особенности жанра рекламного интервью в русских и французских СМИ: Дис... канд. психол. наук: 10.02.19. – М., 2006. – 168 с.
3. Кочетова Т. В. Стратегии статусного поведения: анализ структуры, факторов динамики и стабильности: Дис... канд. психол. наук: 19.00.05. – М., 2010. – 157 с.
4. Поломских Е. Г. Смыслообразовательные стратегии при создании рекламного текста (на материале англоязычной газетной и журнальной рекламы) // Вестник Пермского университета. Вып. 1. Лингвистика. – Пермь, 2000. – С. 121-127.
5. Черкунова М. В. Прагмалингвистические характеристики аннотаций научной и учебной литературы: на материале англоязычных изданий: Дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. – М., 2007. – 175 с.

**Интернет-ресурсы:**

6. <http://www.pearsonelt.com/products>
7. <http://www.cambridge.org/ua/elt/catalogue/subject/item6825603/>
8. <http://ukcatalogue.oup.com/category/academic.do#.UF30OpX4vr4>
9. <http://www.macmillanenglish.com/Category.aspx?id=28232>
10. [www.universite.ru/slugba/0603/0603010201.rtf](http://www.universite.ru/slugba/0603/0603010201.rtf)

**Багрій О. І.,**

Центр наукових досліджень та викладання іноземних мов НАН України, м. Київ

## ДИСКУРСИВНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ НАУКОВИХ ДИСКУСІЙНИХ ТЕКСТІВ

*У статті йдеться про дискурсивні характеристики наукового дискусійного дискурсу; виділяються основні типи дискурсивних одиниць, що утворюють дискурсивно-текстову тканину дискусійної прози; наводяться типові мовні засоби реалізації прагматичної настанови автора дискусійної прози.*

**Ключові слова:** наукова дискусія, дискурсивна процедура, дискурсивний сегмент, асертивні висловлювання.

*В статье проанализированы дискурсивные характеристики научного дискуссионного дискурса; выделены основные типы дискурсивных единиц, составляющих дискурсивно-текстовую ткань дискуссионной прозы; описаны языковые средства реализации прагматической интенции автора дискуссионной прозы.*

**Ключевые слова:** научная дискуссия, дискурсивная процедура, дискурсивный сегмент, дискуссионный фрагмент, асертивные высказывания.

*The article highlights the major discourse characteristics of the scientific scholarly debate discourse. The account of the chief language means used to realize the communicative goal of the author of that kind of prose is presented. It has been shown that the interplay of numerous discourse procedures and respective discourse segments constitute a discourse-text.*

**Key words:** scholarly debate, discourse-text, discourse procedure, discourse segment, scholarly debate discourse chunk, assertive statement.

**Метою** статті є висвітлення дискурсивних характеристик наукового дискусійного дискурсу, для чого ми плануємо вирішити ряд практичних завдань, як-от: 1) виділити основні типи дискурсивних одиниць, що утворюють дискурсивно-текстову тканину дискусійної прози; 2) дослідити структурно-динамічний аспект наукових дискусійних фрагментів; 3) встановити коло типових мовних засобів реалізації прагматичної настанови автора дискусійної прози.

**Актуальність** статті визначається посиленою увагою сучасної лінгвістики до питань забезпечення ефективності мовленнєвої діяльності в умовах глобалізації (зокрема в науковій сфері).

**Наукова новизна** роботи полягає в тому, що уперше виявлено та описано персуазивний потенціал структури дискусійних фрагментів англословної наукової прози.

**Об'єктом дослідження** є дискусійні дискурсивні фрагменти з англо-американських наукових текстів різних жанрів.

**Предмет дослідження** – дискурсивні та прагматичні характеристики дискусійних дискурсивних фрагментів.

**Матеріалом дослідження** послуговували фрагменти наукових дискусійних статей з американської наукової прози в галузі інформаційних технологій та наук про Землю кінця ХХ – початку ХХІ сторіч.

Дискурс наукового дискусійного тексту становить собою ієрархічно структуроване утворення, різномірні компоненти якого відображають різні аспекти та етапи процесу утвердження позиції автора з питання дискусії [5]. Через сукупність інтенцій дискурсивних сегментів, що складають дискусійний дискурс, реалізується комунікативно-прагматична складова тексту, основний задум автора, націлений на досягнення ілюктивного ефекту розуміння адресатом його позиції та перлюктивного ефекту переконання адресата у свої правоті.

Комунікативний намір автора наукової дискусійної прози передбачає висловлення та утвердження його поглядів з приводу предмета дискусії. Для оформлення та формування своєї позиції з дискусійного питання автор використовує асертивні висловлювання, змістом яких є думка мовець про дійсність, що ними репрезентується, а ілюктивною метою – висловлення цієї думки [6, с. 40-41]. Висунення точки зору еквівалентне здійсненню асертивного мовленнєвого акту, адже лише мовленнєві акти, що належать до класу асертивів, передбачають, що мовець ручається за істинність чи правильність пропозиційного змісту здійсненого мовленнєвого акту [3, с. 69].

Зважаючи на те, що асертивним висловлюванням у дискусійній прозі належить провідна роль у актуалізації комунікативного наміру автора, дискурсивні процедури асерції та відповідні їм авторські асертиви можна розглядати як дискурсивне ядро дискусійного фрагмента. У критичній дискусії процедури асерції реалізуються у різноманітних асертивних дискурсивних сегментах, як-от: твердження, міркування, запевнення, припущення тощо – за допомогою яких мовець виражає свою думку з дискусійної проблематики. Перелічені типи асертивних дискурсивних сегментів, відповідають різним типам асертивних мовленнєвих актів.

За ступенем впевненості асертивні сегменти можна поділити на ті, вірогідність пропозиції яких є категоричною та проблематичною. При цьому обов'язковим є введення модусу епістемічного плану (Н. Д. Арутюнова) як маркера асерції. Модуси не лише передають оцінку вірогідності змісту пропозиції, але й слугують засобами переконання адресата, стимулюють інтелектуальну реакцію читача, іншими словами, виконують інтерактивну функцію [2]. Дискурсивні сегменти з модусом думки **категоричної вірогідності** об'єднують висловлювання, в значенні предикатів яких виражається глибока впевненість автора в істинності, очевидності повідомлюваної інформації [4, с. 17]. До предикатів категоричної вірогідності належать предикативні прикметники *sure, certain, evident, apparent*, а також модальні слова *surely, certainly, quite* тощо. Наприклад:

*«It is clear that these systems are not exactly alike», Davis notes, but comparing them may help researchers figure out how hypoxia develops [2, с. 12].*

Послаблення ілюктивної сили асерції демонструють предикати пропозиційного відношення думки проблематичної вірогідності. Вони можуть бути виражені: повнозначними дієсловами *to think, to believe, to suppose*,

тощо; дієсловами-зв'язками *to seem, to appear*; модальними дієсловами з епістемічним значенням припущення *may, might, can, could*; предикативними прикметниками *it is possible, it is likely, it is not impossible*; модальними словами *perhaps, likely* тощо. Наприклад:

*We speculate that the added buzz amplifies faint inputs, thus heightening the animal's sensitivity to smells ...* [1, с. 36-37].

Зважаючи на те, що задумом дискусійного фрагменту є утвердження позиції автора з дискусійного питання, асертивний дискурсивний сегмент, який актуалізує позицію автора з питання дискусії, становить ядро дискусійного фрагменту. Дискурсивний контекст, змістом якого є введення чи обґрунтування думки автора, становить – стосовно асертивного сегменту – підрядну частину. Залежно від того, чи такий тип контексту розташований у пре- чи у постпозиції стосовно асертивного твердження, він, відповідно, розподіляється на передасертивний та постасертивний контекст авторського твердження.

У цілому, процедури передасерції у дискусійних фрагментах покликані виконувати низку важливих дискурсивних функцій, як-от: створення тематичного підґрунтя для введення позиції автора, залучення читача до процесу співмислення, упорядкування матеріалу, здійснення дискурсивного мосту від констатації чужих поглядів до утвердження власних. Даний контекст представлений такими видами дискурсивних сегментів, як-от: визначення проблеми дискусії та створення її тематичного тла; введення чужої позиції шляхом цитації, непрямого мовлення, референції чи фонових посилань; оцінної асерції; заперечення / згоди / часткової згоди із думкою опонента.

Контекст, що слідує за асертивним твердженням, в основному спрямований на досягнення автором переконання читача у справедливості наведеного раніше асертивного авторського твердження. Дана прагматична настанова переважно досягається у дискурсивних сегментах: актуалізації значення згоди чи заперечення чужої позиції; аргументації, підтвердження; пояснення, уточнення, екземпліфікації; оцінної асерції; актуалізації нового знання.

Дослідження дискусійних фрагментів довело, що їхня специфічна композиційна та дискурсивна організація прямо залежить від комунікативно-прагматичної настанови автора, яка реалізується поетапно. Отже, представлення знання у дискусійному фрагменті є продуманою та інтенційно спланованою послідовністю мовленнєвих актів, що застосовуються автором відповідно до його задуму.

Вербалізація автором аргументації у дискусійних фрагментах зумовлює використання низки типових лексико-граматичних та граматичних засобів, що слугують засобами переконання адресата. Так, у підрядній аргументації (*subordinate argumentation*) (Ф. ван Емерен, Р. Гротендорст), в якій один довід підтримує інший, вживаються маркери підрядної аргументації із значенням причини та наслідку (*as / as long as / for since / because since / after all since ... therefore / then mouço*) [4]. Наприклад:

*For since a bitmap's resolution is fixed, printing a bitmap at a larger size results in a loss of resolution. It is therefore important that bitmap images be created in the right size, and at the highest resolution possible* [3, с. 58].

При зв'язному характері аргументації (*coordinate argumentation*), коли кожен з наведених доводів безпосередньо стосується вихідної тези, вживають численні засоби лінійності – нумеративні конектори та маркери послідовності: *There are two distinct reasons why the rifled margins should be elevated above sea level. The first is that the mantle hot-spot produces dynamic uplift. The second reason is that as new igneous material is added to the crust* [2, с. 27]. Якщо судження є конвергентним (*multiple argumentation*), тобто кожен аргумент самостійно (до певної міри) доводить певну точку зору, вживають маркери множинної аргументації та емпатичного додавання: *needless to say; not to mention the fact that; not just because, but also because; firstly because, secondly because mouço*.

До типових мовних засобів вираження епістемічного стану впевненості в науковій дискусійній прозі належить низка лексико-граматичних засобів, що виражають переконання, достовірність внаслідок свого лексичного чи модального значення: предикати пропозиційного відношення думки категоричної вірогідності; предикати пропозиційного відношення знання, які вказують на істинну оцінку вірогідності пропозиції; ментальні предикати, котрі позначають різноманітні процеси отримання, ментальної обробки, передачі й зберігання інформації та знань; одиниці емоційно-експресивної семантики – інтенсифікатори, що підкреслюють очевидність повідомлюваної інформації, маркери емпатичного додавання; емпатичне *do*, що посилює значення предиката; маркери аксіологічної оцінки.

Отже, сукупність інтенцій дискурсивних процедур, що складають дискусійний дискурс-текст, реалізує комунікативно-прагматичну складову тексту, основний задум автора, націлений на досягнення ілюктивного ефекту розуміння адресатом його позиції та перлюктивного ефекту переконання адресата у свої правоті. Композиційно-дискурсивна організація дискусійних фрагментів перебуває у прямій залежності від комунікативно-прагматичної настанови автора та поетапно реалізує її.

### Література:

1. Важнейшие концепции теории аргументации / [науч. редактор А. И. Мигунов, пер. с англ. В. Ю. Голубева, С. А. Чахоян, К. В. Гудковой]. – СПб. : Филологический факультет СПбГУ, 2006. – 296 с.
2. Варгина Е. И. Убеждение адресата в достоверности сообщения в научном тексте / Екатерина Ионовна Варгина // Диалектика текста: в 2-х т. / [Е. А. Барляева, А. И. Берестова, Е. И. Варгина и др.]; отв. ред. А. И. Варшавская. – СПб. : Изд-во С.-Петерб. ун-та, 1999. – С. 95-149.
3. Дридзе Т. М. Язык и социальная психология / Т. М. Дридзе. – Язык и социальная психология. – М. : Высшая школа, 1980. – 224 с.
4. Еемерен Ф. Х. Аргументация, коммуникация и ошибки / Франс Еемерен, Роб Гроотендорст; [пер. с англ. Е. А. Боговяленской]. – СПб. : Васильевский остров, 1992. – 207 с.
5. Мальцева Н. Б. Ассертивные высказывания и их контекст в английской научной дискуссионной прозе: автореф. дисс. на соискание ученой степени канд. филол. наук: спец. 10.02.04 «Германские языки» / Наталия Борисовна Мальцева; Ленингр. гос. ун-т имени А. А. Жданова. – Л., 1988. – 16 с.

6. Хенкеманс С. Ф. Структуры аргументации / Франсиска Снук Хенкеманс // Важнейшие концепции теории аргументации / [науч. ред. А. И. Мигунов; пер. с англ. В. Ю. Голубева, С. А. Чахоян, К. В. Гудковой]. – СПб., 2006. – С. 123-162.

**Джерела ілюстративного матеріалу:**

1. Schneider S. Should We Take Comfort in the Fact That the Aerosols Can Offset the Greenhouse Gases? – Режим доступу : <http://www.pbs.org/wgbh/warming/debate/schneider.html>

2. Sweet C. Performance in an Ad-Hoc Environment / Craig Sweet, Vijay Devarapalli, Deepinder Sidhu // Maryland Center for Telecommunications Research Journal. Vol. 5, No. 3. – 2006. – Режим доступу : <http://www.csee.umbc.edu/~sweet/papers/80211adhoc.pdf>.

3. Hurd G. Creationism at the Geological Society of America / Gary Hurd. – Режим доступу : <http://www.pandasthumb.org/archives/2005/08/creationism-at.html>.

**Балко М. В.,**

Донецький юридичний інститут МВС України, м. Донецьк

## СЛОВОСПОЛУЧЕННЯ І ПРОПОЗИЦІЯ: СПЕЦИФІКА СПІВВІДНОШЕННЯ ПОНЯТЬ

*У статті розглянуто основні підходи до визначення поняття пропозиції як семантичної моделі речення, а також обґрунтовано необхідність врахування пропозитивного аспекту простого семантично неелементарного речення при аналізі словосполучень.*

**Ключові слова:** словосполучення, пропозиція, смисл, значення.

*В статье рассмотрены основные подходы к определению понятия пропозиции как семантической модели предложения, а также обоснована необходимость учета пропозитивного аспекта простого семантически неэлементарного предложения при анализе словосочетаний.*

**Ключевые слова:** словосочетание, пропозиция, смысл, значение.

*In the article the basic approaches to define the concept of a proposition as a semantic model of the sentence are analysed. In addition the necessity of accounting propositional aspect of simple semantically no-elementary sentence in the analysis of word-combinations is considered.*

**Keywords:** word-combination, proposition, meaning, sense.

Питання семантики мови, її рівнів та окремих одиниць уже неодноразово були предметом наукових розвідок, проте й досі багато проблем, пов'язаних з вивченням семантичної природи мовних знаків, ще потребують належного опрацювання.

**Мета** пропонованої статті – проаналізувати основні підходи до тлумачення поняття пропозиції, акцентувавши увагу на співвідношенні словосполучення з пропозитивним аспектом простого семантично неелементарного речення. Реалізація поставленої мети передбачає розв'язання таких завдань: 1) простежити специфіку розмежування понять «значення» і «смисл»; 2) проаналізувати основні підходи до визначення поняття пропозиції; 3) окреслити особливості співвідношення словосполучення як синтаксичної одиниці-конструкції дериваційного типу з пропозитивним аспектом простого семантично неелементарного речення.

Одним з перших поняття «значення» та «смисл» розмежував Г. Фреге [16]. Спираючись на концепцію Дж. Міля, він виділяє предмет та зміст як спосіб позначення предмета. При цьому говориться про два різні аспекти значення. Досліджуючи ці аспекти, Г. Фреге закріпив за кожним із них окрему назву: 1) власне предмет – Bedeutung (значення, смисл), пор., denotation (позначення, лінгвістична предметна віднесеність) у Б. Рассела; referense (відношення, компетенція) у Т. Блека; 2) зміст предмета – Sinn (смисл, усвідомлення), пор., meaning (смисл, значимість) у Б. Рассела; sense (смисл) у Т. Блека.

На думку О. І. Леути, роль Г. Фреге полягає в тому, що він запропонував у семантичній структурі номінації розрізняти значення (предмет, який позначається іменем) та смисл (інформацію, яка міститься в імені), а також співвіднести це із знаком. Г. Фреге говорить про те, що «сама назва (слово, знак, комбінація знаків, висловлення) виражає своє значення, замінює будь-чим або позначає те, чого воно стосується. За допомогою знака ми виражаємо його значення та позначаємо його предмет» [16].

Значною мірою з підходом Г. Фреге перегукуються погляди О. О. Потебні, який розмежує два поняття значення: одне співвідноситься з предметом безпосередньо, а інше – із думкою про цей предмет (власне процесом) [14, с. 138].

Розмежування значення та смислу, запропонованого Г. Фреге, дотримується й більшість сучасних лінгвістів (пор. праці Н. Д. Арутюнової, В. Г. Гака та ін.). На співвідношенні цих понять ґрунтуються декілька теорій семантичних досліджень мови (теорія «семантичного поля», психолінгвістичний підхід, теорія мовленнєвих актів та ін.).

Окреме місце серед семантичних підходів до вивчення мови посідають семантичні дослідження граматики, особливо синтаксису (відмінкова граматики, породжувальні синтаксичні моделі тощо). Деякі дослідники (пор., наприклад, роботи О. Є. Кібрика, В. С. Юрченка та ін.) наполягають на пріоритеті семантики в синтаксичних дослідженнях. О. Є. Кібрик підкреслює зумовленість змістовних і формальних властивостей синтаксису семантичним рівнем, до якого «належить уся інформація, яку має на увазі мовець при розгортанні висловлювання і яку необхідно відновити адресату для правильної інтерпретації цього висловлення» [8, с. 22]. Семантика (значеннєве наповнення) висловлення, таким чином, є визначальним чинником при його формуванні, адже структура речення – це тільки його модель, тоді як конкретне висловлення – це сукупність ієрархічно побудованих пропозицій. Отже, пропозитивний підхід до аналізу смислу синтаксичних конструкцій на сьогодні є одним з провідних.

Г. М. Манаєнко зауважує, що поняття «пропозиція» наразі стало необхідною умовою релевантною сучасному рівню знань репрезентацією синтаксичних одиниць, і насамперед простого речення [10, с. 126–127]. Запозичене з логіки як наукова метафора поняття пропозиції зазнало значної еволюції в лінгвістичних дослідженнях, але й досі як у лінгвістиці, так і в логіці термін «пропозиція» вживається неоднозначно залежно від таких чинників: обсягу вихідного поняття (речення, висловлення або мовленнєвий акт) та способу його розчленовування» [2, с. 401].

Так, О. В. Падучева подає розгорнуте визначення пропозиції як загального змісту тверджень, обіцянок, прокувань, побажань; запитань і відповідей; того, що може бути можливим або ймовірним. Проте майже одразу дослідниця вдається й до тлумачення пропозиції як логічного поняття: «Пропозиція – це приблизно те саме, що й судження. Судженням в логіці називається концепт (зміст) речення, яке може бути істинним чи хибним...» [12, с. 231]. Г. Н. Манаєнко стверджує, що цей «стрибок» в іншу галузь наукового знання знадобився для обґрунтування дуже цікавого для лінгвістики положення про відповідальність мовця за істинність висловлення. Однак,

таким чином, О. В. Падучева ніяк не пояснює лінгвістичну сутність пропозиції, залишаючись у межах її логічного розуміння.

У подальшому, подолавши інерцію логічного вживання поняття пропозиції в дослідженнях із семантичного синтаксису, його зміст набув певної усталеності. Так, у «Лінгвістичному енциклопедичному словнику» Н. Д. Арутюнова визначає пропозицію як «семантичний інваріант, загальний для всіх членів модальної та комунікативної парадигм речень і похідних від речення конструкцій (номіналізацій)» [2, с. 401]. За В. А. Белошапковою, пропозиція – «це об'єктивний зміст речення, розглянутий відсторонено від усіх супровідних суб'єктивних значень і від тих особливостей, яких надає йому та чи та формальна організація речення» [15, с. 686].

Проте наведені тлумачення поняття пропозиції, які є найзагальнішими й такими, що найбільш яскраво окреслюють основні підходи до дефінування цього поняття, не вичерпують усіх варіантів визначення пропозиції в сучасній лінгвістиці.

К. В. Пономаренко підходи до визначення поняття пропозиції умовно поділила на кілька груп, виокремивши структурно-семантичну, власне-семантичну й когнітивну концепції [13, с. 14-17].

У межах структурно-семантичного підходу пропозицію тлумачать як «модель названого реченням «стану справ», як об'єктивний зміст речення, безвідносно щодо супровідних елементів суб'єктивного смислу й від тієї проєкції, яку надає йому та чи та формальна організація речення» [6, с. 212], як модель названої реченням події [1, с. 248]. Подібної думки дотримується й І. Р. Вихованець, зазначаючи, що «пропозиція – це стабільне семантичне ядро, об'єктивна константа речення, яка відображає структуру ситуації, події» [4, с. 122].

Представники структурно-семантичної концепції наголошують також (пор., наприклад, праці С. С. Буторіна, Г. М. Манаєнка та ін.), що в реченні як відображенні динамічної думки пропозиція (якщо вона єдина) підлягає обов'язковій предикації, причому пропозиція може бути втілена в різних мовних висловленнях, для яких вона є семантичним інваріантом [10, с. 69].

Власне-семантичне тлумачення пропозиції передбачає аналіз її як типового значення речення [7, с. 76], смислу речення й певних компонентів смислу [12, с. 36]; того, що фігурує в мовленнєвому акті, тобто того, що може підлягати ствердженню, сумніву тощо [3, с. 316].

Відповідно до когнітивного підходу, пропозиція є однією з форм збереження знань у людській психіці [9, с. 137], мінімальною одиницею ментальних репрезентацій (знань) [11, с. 60], потенційним концептом речення, тобто таким смислом, який виражається в мові предикатною групою (предикатом з усіма актантами) [12, с. 37].

Поєднання власне-семантичного й когнітивного підходів до розуміння пропозиції К. В. Пономаренко знаходить у працях Т. В. Шмельової [13, с. 16], яка розрізняє події пропозиції (семантичні моделі подій та ситуацій) та логічні пропозиції (відображення результатів розумових операцій, логічних ходів).

Визначальним постає те, що поняття пропозиції стосується тільки семантичного плану речення (речення як формально-синтаксична одиниця не містить пропозицій). Пропозиція – це семантичний інваріант, спільний для всіх членів парадигми речення та похідних від речення конструкцій (семантична модель речення). Призначення пропозиції – відображувати певну подію або ситуацію об'єктивної дійсності. Пропозиція може виражатися двома способами: а) предикативною одиницею, пор.: *Батько поблагословив* (Марко Вовчок); *Замовк Тиміш Іванович Дилда* (Остап Вишня) і под.; б) неpredикативною одиницею, пор.: *А вже красно сонечко Припекло, припекло, Яснощире золото Розлило, розлило* (О. Олесь); *Не був то спокій, що знав його досі: тиша квартири, моторошна тиша перед початком бою, тиша лісу, коли лежав у польовому шпиталі й дивився, як хитаються над головою і порипують величезні сосни* (В. Шевчук) та ін.

Теорія словосполучення нерозривно пов'язана з пропозитивним аспектом речення. Дефінуючи словосполучення, ми спираємося на підхід І. Р. Вихованця, згідно з яким, «словосполучення як синтаксична одиниця-конструкція визначається з опорою на ускладнений варіант простого речення» [4, с. 187]; якщо ж речення являє собою елементарну семантико-синтаксичну структуру, тобто складається з одного предиката і зумовлених його семантико-синтаксичною валентністю іменникових членів речення, то в такій реченнєвій побудові не функціонують словосполучення, пор.: *Петро вніс дрова* (Б. Грінченко); *Виходили поранені з бою* (О. Довженко) і под. Словосполучення формуються внаслідок різного роду ускладнення вихідної (семантично елементарної) структури речення. Отже, у системі синтаксичних одиниць словосполучення являє собою синтаксичну одиницю-конструкцію дериваційного типу, яка функціонує лише у простому семантично ненелементарному реченні.

Кожне із словосполучень, вичленовуваних з якогось конкретного речення, власне, являє собою згорнуту пропозицію. Таким чином, прості речення, у формальній структурі яких наявні словосполучення, є моноpredикативними, але поліпропозитивними. Розглянемо це на конкретному прикладі. З речення *У тому повстанні козаки взяли над поляками добру перемогу, але мало скористувалися з тієї перемоги і через кілька років зазнали ще більших утисків* (А. Кащенко) можна вичленувати підрядні словосполучення *у тому повстанні, добру перемогу, перемогу над поляками, кілька років, зазнали через кілька років, ще більших утисків*. Ці словосполучення утворилися внаслідок згортання таких пропозицій: *у тому повстанні* ← *Повстання було те; добру перемогу* ← *Перемога є добра; кілька років* ← *Років є кілька; зазнали через кілька років* ← *Минуло кілька років + Зазнали; ще більших утисків* ← *Утиски є ще більшими*.

Основною причиною згортання окремої predикативної та пропозитивної одиниці (тобто речення) в неpredикативну одиницю (тобто словосполучення) дослідники називають «структурну редукцію членів речення» [5, с. 84], що являє собою опущення одного з головних членів речення (підмета або присудка). Структурна редукція зумовлює перерозподіл компонентів речення між позиціями, відповідне функційне перетворення членів речення у компоненти словосполучення, а отже, «ставить у дериваційний зв'язок речення з певним типом похідного словосполучення» [5, с. 84]. Наголошуємо, що це структурна редукція, яка не стосується плану змісту, тобто смислу

предикативної одиниці. Отже, пропозитивний зміст із згоранням структури речення нікуди не зникає – його просто починає виражати непередикативний мовний знак (словосполучення).

Отже, під час аналізу такої неоднозначної синтаксичної одиниці, як словосполучення, обов'язково треба враховувати пропозитивний аспект простого семантично неелементарного речення, оскільки словосполучення – це не просто поєднання двох повнозначних слів, а таке утворення, яке є результатом згорання пропозиції.

#### Література:

1. Арутюнова Н. Д. Предложение и его смысл. Логико-семантические проблемы [Текст] / Нина Давидовна Арутюнова. – М. : Наука, 1976. – 383 с.
2. Арутюнова Н. Д. Пропозиция [Текст] / Н. Д. Арутюнова // Лингвистический энциклопедический словарь. – М. : Сов. энциклопедия, 1990. – С. 401.
3. Бенвенист Э. Общая лингвистика [Текст] / Эмиль Бенвенист. – М. : Прогресс, 1974. – 447 с.
4. Вихованець І. Р. Граматика української мови. Синтаксис: підручник [Текст] / Іван Романович Вихованець. – К. : Либідь, 1993. – 368 с.
5. Городенська К. Г. Деривація синтаксичних одиниць [Текст] / Катерина Григорівна Городенська. – К. : Наук. думка, 1991. – 192 с.
6. Загнітко А. П. Теоретична граматики української мови: Синтаксис: монографія [Текст] / Анатолій Панасович Загнітко. – Донецьк : ДонНУ, 2001. – 662 с.
7. Зильберт Б. А. Система знаков языка, их значение и мотивированность [Текст] / Б. А. Зильберт. – Саратов : Изд-во Саратов. ун-та, 1978. – 87 с.
8. Кибрик А. Е. Очерки по общим и прикладным вопросам языкознания (универсальное, типовое и специфичное в языке) [Текст] / Александр Евгеньевич Кибрик. – М. : Эдиториал УРСС, 2001. – 336 с.
9. Кубрякова Е. С. Краткий словарь когнитивных терминов [Текст] / Е. С. Кубрякова, В. З. Демьянков, Ю. Г. Панкрац, Л. Г. Лузина. – М. : МГУ им. М. В. Ломоносова, 1997. – 245 с.
10. Манаенко Г. Н. Информационно-дискурсивный подход к анализу осложнённого предложения: монография [Текст] / Г. Н. Манаенко. – Ставрополь : Изд-во Ставропольского гос. пед. ин-та, 2006. – 263 с.
11. Манаенко Г. Н. Предикация, предикативность и пропозиция в аспекте «информационного» осложнения предложения [Текст] / Г. Н. Манаенко // Филологические науки. – 2004. – № 2. – С. 59-68.
12. Падучева Е. В. Высказывание и его соотнесенность с действительностью (референциальные аспекты семантики местоимений) [Текст] / Елена Викторовна Падучева. – М. : Наука, 1985. – 271 с.
13. Пономаренко К. В. Інформаційний потенціал девербативів у комунікативній структурі речення і тексту: дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01 [Текст] / Катерина Вікторівна Пономаренко. – Донецьк: ДонНУ, 2010. – 207 с.
14. Потебня А. А. Мысль и язык (извлечения) [Текст] / А. А. Потебня // Звегинцев В. А. История языкознания XIX–XX веков в очерках и извлечениях. Ч. I. – М. : Просвещение, 1964. – С. 136-142.
15. Современный русский язык: учеб. для филол. спец. ун-тов [Текст] / В. А. Белошапкова, Е. А. Брызгунова, Е. А. Земская и др.; под ред. В. А. Белошапковой. – [2-е изд.]. – М. : Высшая шк., 1981. – 800 с.
16. Фреге Г. Смысл и значение: [Электронный ресурс] // Режим доступа : <http://philosophy.ru/library/frege/02.html>.

**Бехта І. А.,**

Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів

## ДИСКУРСНА ЗОНА ПЕРСОНАЖА У ФАКТУРІ ХУДОЖНЬОГО ТЕКСТУ

*Функційний профіль оповідного дискурсу відображає корелятивні зв'язки дискурсних зон наратора і персонажа. Йому властива бінарна варіабельність модусів текстових комунікантів. Глибинна структура оповідного дискурсу виявляється в дихотомії дискурсних зон «наратор ↔ персонаж» й реалізується бінарними дискурсними рисами, пов'язаними з типовими формами, що об'єктивуються на поверхневому рівні структури тексту. Форми дискурсної зони наратора є способами художнього викладу, форми дискурсної зони персонажа – засобами мовлення.*

**Ключові слова:** дискурсна зона персонажа, пряме мовлення, непряме мовлення, невластиво-пряме мовлення

*Функциональный профиль нарративного дискурса отражает коррелятивные связи дискурсных зон наратора и персонажа. Ему свойственна бинарная вариабельность модусов текстовых коммуникантов. Глубинная структура нарративного дискурса выявляется в дихотомии дискурсных зон «наратор ↔ персонаж» и реализуется бинарными дискурсными чертами, связанными с типичными формами, которые объективируются на поверхностном уровне структуры текста. Формы дискурсной зоны наратора являются способами художественного изложения, формы дискурсной зоны персонажа – средствами речи.*

**Ключові слова:** дискурсная зона персонажа, прямая речь, косвенная речь, несобственно-прямая речь

*The functional profile of the narrative discourse reflects correlative relations between discourse zones of narrator and character in fictional text. It is inherent in binary variability of modes of textual collocutors. Deep structure of narrative discourse manifests itself in the dichotomy of discourse zones of «narrator ↔ character» and is materialized by means of binary discourse features, connected with typical forms, which appear on the surface level of the textual structure. Forms of the discourse zone of the narrator are the modes of fictional narrative and forms of the discourse zone of the character are the modes of speech.*

**Key words:** discourse zone of the character, direct speech, indirect speech, free indirect speech

За умов сучасного комунікативно-прагматичного (дискурсноорієнтованого) підходу уявлення про чуже мовлення як про різновид текстової комунікації ґрунтується на лінгвальному оформленні білатеральних зв'язків у системі «я ↔ інший». « Проблема «самого» та «іншого» (свого та чужого) утворює філософський комплекс взаємодії соціально-ідеологічних начал – вихідних маркерів самості чи нарративної ідентичності [6, с. 151-174; 8, с. 149]. Феномен «іншого» безпосередньо чи опосередковано впливає на формулювання мовознавчих ідей. Він стимулював концепцію висловлення, запропоновану Е. Бенвеністом [3, с. 293-294]. Ввівши у фокус вивчення такі явища, як семіотизація особистості – її мовленнєві та поведінкові вияви, самопізнання через діалогізацію внутрішнього світу, поляризацію свого і чужого (сфери Еґо та Іншого), Е. Бенвеніст згрупував проблеми, які визначили низку напрямів і понять сучасного мовознавства, лінгвістичної філософії, теорії тексту.

Якщо у філософії дослідження акцентують на ролі іншого у формуванні «я», то у мовознавстві, навпаки, уваги набуває власне «я». Саме з цим пов'язане поняття ілюктивної сили, яке лежить в основі класифікації мовленнєвих актів. Проблема *свого* та *чужого* була задекларована у слові в середині 30-х років ХХ ст. у зв'язку з аналізом літературного тексту М. М. Бахтіним [2, с. 137] і набула резонансу у 1960-1970 роках, після перевидання його праць. «Чуже слово» [1, с. 668], під яким надалі розуміємо «слово персонажа» у структурі тексту, приживається на новому місці, у новому нарративному контексті, який стає для нього своїм. Схематично подамо це так:

**Чуже слово ↔ чуже мовлення = слово персонажа ↔ мовлення персонажа**

«Воно [чуже слово] служить відразу двом мовцям і одночасно виражає дві різні інтенції: пряму інтенцію персонажа і переломлену – авторську (нараторську). У такому слові два голоси, два смисли і дві експресії» [2, с. 162]. Мовлення персонажа не привласнюється автором-наратором художнього тексту. Для автора-письменника бажано, аби читач бодай збагнув взаємодію різних текстів, його різних особистісних мовних (дискурсних) зон – персонажної і нараторської. Втім, автор-письменник не є вищою інстанцією, яка здатна підтвердити істину цього дискурсного зіткнення. Його ставлення до персонажа, за М. М. Бахтіним, – це ставлення до дискурсу (слова), а, точніше, до дискурсу іншого. Авторський дискурс – це дискурс з приводу іншого дискурсу, як стверджує Ю. Кристева, яке говорить з іншим словом, але не слово про слово (не справжній метадискурс). У цьому непередбачливому світі персонаж є не що інше, як дискурсна позиція «я», яка пише поперек іншого «я»; це дискурс («слово»), що веде діалог не тільки з дискурсом пишучого «я», а й із самим собою [5, с. 469].

Отже, у мовознавстві розрізняємо власне мовлення мовця і невластиво (чуже) мовлення. Термін **чуже мовлення** виокремлюємо з традиційної класифікації форм мовлення в художньому тексті. Переплетення «свого» (нараторського) і «чужого» (персонажного), явного та імпліцитного в мовленнєвій сфері персонажа набуває різноманітних форм. Але межа між цими мовними категоріями не завжди чітка, адже між ними є розбіжності, які стосуються граматичного, інтонаційного, функційного, семантичного та прагматичного планів. Їхня суть зводиться до обсягу й ступеня збереження/трансформації персонажного мовлення, мети його об'єктивації в комунікативному просторі тексту, а також до ступеня і способу його виокремлення з нового середовища.

Висловлення художнього тексту належать або нараторові, або персонажеві. У статусі *чужого* воно належить другому членові опозиції «мовлення наратора ↔ мовлення персонажа». «Художній текст сприймається як комунікативне ціле і передбачає розгляд його частин як елементів реального спілкування. У комунікативній (дискурсноорієнтованій) парадигмі форми мовлення наратора та персонажів як інгерентні складові текстової комунікації, аналізуються на різних рівнях: семантичному, синтаксичному та прагматичному. Мовлення наратора, здійснюючи свою основну (структурну) функцію репродукції мовлення персонажа, одночасно є за своєю суттю (за своїм при-



значенням) формою реалізації модусу висловлення. А в інших термінологічних системах можемо говорити, що воно (мовлення наратора) є формою реалізації модально-комунікативного аспекту, інтертекстуальної, референтної, акціональної, ілокутивної чи прагматичної структури, або метатексту. Воно відображає ті фрагменти тексту, де оповідь ведеться від автора-письменника, або ті його сегменти, в яких автор-наратор звертається до читачів від себе.

Словом, комунікація у формі художнього тексту як процес пізнання людиною реального світу здійснюється творчим суб'єктом – автором тексту і тим, для кого цей текст створюється, – читачем. Посередником і об'єктом когнітивної діяльності автора-письменника і читача у художньому тексті є автор-наратор і персонаж – суб'єктні центри художнього світу (текстові антропоморфи, текстові 'паперові' особистості).. Дефініція поняття персонаж виникає з відмітних текстових підходів: персонаж – це «граматична особа» (текстолінгвістика), «літературний засіб» (літературна критика), «мовленнева позиція» (наратологія), «сема» (семіотика), «актант» (аналіз фабули), «несправжня особистість» (семантика можливих світів) [11, с. 38]. Обидва суб'єктні центри (наратор і персонаж) формують дискурсну зону текстового комунікування – дискурсну зону наратора і дискурсну зону персонажа, де остання обіймає сегменти тексту, котрі передають розмаїті висловлення персонажів, репрезентовані у тексті способами і модифікаційними формами екзофазно (зовнішнього) та ендофазного (внутрішнього) мовлення. Персонажне мовлення ґрунтується на включенні мовленневої партитури іншої особи в дискурс власне наратора. Воно прогнозує іншу мовленнєву ситуацію: адресант не висловлюється сам про дійсність, а передає зміст висловлення адресатові мовлення. Об'єктом інформації є висловлення не адресанта, а іншої особи. Отже, дискурсну зону персонажа (за способами її репродукції у фактурі художнього тексту) можна уявити у вигляді тричленної опозиції «пряме ↔ непряме ↔ невластне-пряме мовлення» персонажа. Дискурсна зона персонажа у художньому тексті ґрунтується на бінарній структурній організації мовлення персонажа, репрезентованого наратором, та тринарній функційності його системи. А саме – персонажне мовлення за способами його реалізації (прямий, непрямий, невластне-прямий) можна розглядати як одиниці мовного, мовленнєвого і текстового статусу в ендофазному та екзофазному виявах. Тобто, у комунікативній структурі художнього тексту способи мовлення формують систему наслідування (*художньої імітації* – І. А. Бехта) мовлення персонажів як типу дискурсу, що є опозицією до форм дискурсу автора-наратора. У вивченні мови художньої текстової комунікації він потребує інтегрованого методу структурно-функційного аналізу, що дає змогу з'ясувати його структуру та функційну своєрідність у текстовій комунікації.

Художній текст є мовленнєвим твором з власним суб'єктом мовлення. В наративному тексті ним мав би бути автор-письменник – деміург тексту. Проте роль автора в художньому тексті не можна ототожнювати з роллю мовця у реальному висловленні з декількох причин. По-перше, через неповноцінність комунікативної ситуації сприйняття художнього тексту, де автор відокремлений від свого висловлення, читач має справу тільки з текстом, а з його творцем – лише тому, що той відобразив себе в тексті. По-друге, через уявлення автора художнього тексту, який творить вигаданий світ, що видається за фрагмент реального [7, с. 201]. У розмовному дискурсі мовець належить реальному світові, про який він розповідає, а автор-письменник художнього тексту не належить світові створюваному ним текстом [11, с. 16]. Він приховує своє існування – інакше відбувається знищення ілюзії реальності. Але автора-наратора не вважаємо також й імпліцитним автором, тобто – уявленням письменника в тексті, що перебуває за лаштунками епізодів і відповідає за культурні цінності, яких дотримується: → «implicit image of an author in the text, taken to be standing behind the scenes and to be responsible for its design and for the values and cultural norms it adheres to» [12, с. 42]. Якщо наратор вписаний у текст як оповідач ситуацій і подій, то імпліцитний автор є відповідальним за відбір, розподіл, комбінацію подій і уявляється з тексту.

Наратор є тим суб'єктом свідомості та мовлення (те, що читається, уявляється як повідомлюване нам наратором), який втілений у тексті і з яким має справу читач. Він же стає центром системи часово-просторових координат, закладеної в мові й задіяної у наративі постмодернізму. Стрижнем, який забезпечує цілісність архітекtonіки й композиції художнього тексту, є наратор та його роль і місце в наративній структурі художнього тексту.

З погляду змістовних і комунікативно-інтенційних значень тексту та його компонентів, мовлення персонажів надає висловленню двоїстого характеру, формує поліфонічну нарацію. З одного боку, очевидно є дискурсна зона наратора, тобто план мовця (оповідача, розповідача – a teller, a narrator, або текстових заміників автора-письменника), з іншого, – зона дискурсу персонажа, яка виокремлюється на тлі оповіді й через те є підпорядкована наратору. Між обома комунікативними площинами встановлюється одностороння залежність, формуються зв'язки детермінації, «за яких один член передбачає існування іншого, але не навпаки» [4, с. 151]. Тобто, персонажний модус передбачає існування зони дискурсу наратора, а не навпаки. Новітні дослідницькі завдання лежать у площині з'ясування функцій системи мовленнєвих способів та форм дискурсної зони персонажа з урахуванням теперішньої парадигми функціоналізму у науці. Цікавими стають студії дискурсного простору художнього постмодернізму, в яких матеріалізується сфера мовлення персонажів.

У структурі та змісті літературного персонажа імплікується «маніфестація або екстеріоризація» мисленнєво-мовленнєвої діяльності [10, с. 63], яка вводиться в художньому тексті способами та модифікаційними мовленнєвими формами і має помітний вплив на читача. Під способом передачі персонажного модусу розуміємо історично складений метод впровадження мовлення персонажа у висловлення, який відображає міру його інформаційної точності та смислової повноти, з одного боку, і морфолого-синтаксичну структуру, цільову настанову, експресивне забарвлення – з іншого. Саме ці ознаки покладено в основу класифікації типів персонажного мовлення. **Тип персонажного мовлення** – наслідок опозиційного зв'язку «авторського» / «свого», з одного боку, і «чужого» / «персонажного», – з іншого. Будь-яке текстове мовлення персонажа за способом свого вияву: пряме, непряме, невластне-пряме перебуває у зв'язках опозиції іншого порядку. Ідея опозиційних зв'язків властива класифікаційній системі мовлення, яка складається з підсистем. Для класифікаційної підсистеми дискурсної зони персонажа верхньою межею є тип мовлення, який протиставляється типу «своєму», «мовленню наратора», а нижньою – модуляція у вигляді способу репрезентації, різновиду та модифікації. Можемо стверджувати, що дис-

курсна зона персонажа – загальномовне явище, яке разом з іншими типами й модифікаціями мовлення утворює систему засобів мови для передачі інформації, думок, волевиявлення, станів, почуттів тощо.

Аналіз мовлення персонажів у художньому тексті сприяє розв'язанню певних завдань. По-перше, мовлення персонажа у сприйнятті читача є фактом чи процесом об'єктивної дійсності, яка реалізується художніми засобами. По-друге, мисленнєво-мовленнєва діяльність персонажів, вербалізована системою текстових елементів, є відображенням їхніх характерологічних рис. По-третє, як і сам персонаж, його мовлення в літературному тексті читач сприймає як артефакт, що передбачає присутність у змісті та формі мисленнєво-мовленнєвої діяльності персонажа думок, почуттів, мовного досвіду та смаку письменника. Художній текст як складне гетерогенне утворення сприймається як комунікативне ціле і передбачає розгляд його частин як елементів реальної комунікації, головними елементами якої виступає двочленна опозиція «дискурсна зона наратора ↔ дискурсна зона персонажа».

Отже, можемо сказати, що дискурсна зона персонажа – це також новий мовленнєвий (дискурсний) пласт, уведений у нарацію оповідача, тобто в дискурсний план наратора, який є глом для виділення персонажного регістру і формально корелює з ним. Адже саме наратор цементує різноманітні словесні елементи в єдине ціле й накладає відбиток на весь твір. Ознакою видів дискурсу персонажа є те, що вони за способом свого вираження є формами відтвореного мовлення, на відміну від дискурсу наратора, який є актуальним мовленням, що маніфестується відповідним мовленнєвим актом.

Ознакою, що лежить в основі визначення способів мовлення, можна вважати двоплановість, контамінацію дискурсних зон наратора і персонажа. З'ясування системи репрезентації дискурсної зони персонажа може відбуватися двояко: через використання когнітивного потенціалу та дискурсні ознаки. Перший шлях передбачає розгляд персонажного регістру, поданого модальним забарвленням, часовою перспективою, лексикою, синтаксичними конструкціями. У другому випадку репрезентація дискурсної зони персонажа прогнозується мовленнєвою дією персонажа та її індикатором [9, с. 6].

Другий підхід до аналізу персонажного модусу дає змогу відмовитися від першої методики: для того, щоб з'ясувати наявність мовлення персонажа, нема потреби володіти усім «портретом» мовної особистості, а досить знати індикатори мовленнєвого акту. Отже, наративний контекст, здійснюючи свою основну структурну функцію – введення модусу персонажа, одночасно є, за своєю суттю і за призначенням, формою реалізації модусу висловлення. Різноманітні функції компонентів наративного метакомплексу свідчать про те, що володіння способами мовлення персонажа з урахуванням організації та поліфункційності цієї категорії становить підсистему комунікативної компетентності.

За нашими спостереженнями, у дослідженні дискурсної зони персонажа відбувся важливий концептуальний зсув: від аналізу мисленнєво-мовленнєвої діяльності персонажів, оснований на аналізі окремих речень – модель рівня речення, до контекстно обгрунтованого підходу, заснованого на більших одиницях тексту – модель рівня тексту, а також на прагматичних уявленнях читача – модель рівня читача. Це відкриває перспективи для аналізу мисленнєво-мовленнєвих процесів в художньому творі з позицій когнітивно-дискурсної парадигми лінгвістики.

Нова концепція дискурсної зони персонажа ґрунтується на постулаті, за яким семантичні, синтаксичні та прагматичні функції основних репродуктивних способів його мовлення у художньому тексті скорельовані з лексичними значеннями, синтаксичними структурами, прагматичними інтенціями та з прототиповими ситуаціями створення і застосування цих способів та їхніх форм. Наше подальше завдання полягає у визначенні теоретичних понять, які уможливають розгляд дискурсних процесів текстової комунікації: основна наша позиція у тому, що мовні явища надфразового рівня можна розглядати у плані їх функціонування, але з тим важливим додатком, що це функціонування не є цілком мовним у сучасному розумінні цього слова механізмом (на рівні суто мовному матимемо пряме мовлення ↔ непряме мовлення ↔ невласне-пряме мовлення), і визначити його можна тільки у взаємодії з механізмом включення у ситуацію учасників і об'єкта мовлення. А це вже умови творення дискурсу, типологізацію якого, на нашу думку, можна екстраполювати на різні види комунікації з урахуванням різноманітних чинників.

### Література:

1. Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека / Н. Д. Арутюнова. – [2-е изд., испр]. – М. : Языки русской культуры, 1999. – 896 с.
2. Бахтин М. М. Вопросы литературы и эстетики / М. М. Бахтин. – М. : Худ. л-ра, 1975. – 504 с.
3. Бенвенист Э. Общая лингвистика / Э. Бенвенист ; [пер. с фр. / общ. ред., вступ. ст. и коммент. Ю. С. Степанова]. – [изд. 2-е, стереотипное]. – М. : Едиториал УРСС, 2002. – 448 с.
4. Ельмслев Л. Прологомены к теории языка / Л. Ельмслев // Зарубежная лингвистика: новое в лингвистике. – М. : Прогресс, 1999. – Вып. 1. – С. 131-257.
5. Кристева Ю. Разрушение поэтики // Французская семиотика: от структурализма к постструктурализму / Пер. с фр. и вступ. ст. Г. К. Косикова. – М. : Издательская группа «Прогресс», 2000. – С. 458-483.
6. Левінас Е. Між нами : дослідження : думки-про-іншого / Е. Левінас ; [пер. з фр]. – К. : Дух і Літера : Задруга, 1999. – 312 с.
7. Падучева Е. В. Семантические исследования (семантика времени и вида в русском языке, семантика нарратива) / Е. В. Падучева. – М. : Школа «Языки русской культуры», 1996. – 464 с.
8. Рикер П. Герменевтика, этика, политика / П. Рикер. – М. : Academia, 1995. – 160 с.
9. Труфанова И. В. Прагматика несобственно-прямой речи : автореф. дис. на соискание науч. степени доктора филол. наук : спец 10.02.04. «Германские языки» / И. В. Труфанова. – Нижний Новгород, 2001. – 41 с.
10. Gelley A. Narrative Crossing. Theory and Pragmatics of Prose Fiction. – Baltimore & London: The John Hopkins University Press, 1987. – 175 p.
11. Palmar A. Fictional Minds. – Lincoln & L. : University of Nebraska Press. – 2004. – 269 p.
12. Prince G. A Dictionary of Narratology. – Aldershot : Gower Publishing Company Ltd., 1988. – 120 p.

**Ботвінко-Ботюк О. М.,**

Волинський національний університет імені Лесі Українки, м. Луцьк

## ВИСЛОВЛЕННЯ ПРЕЗИРСТВА У КОНФРОНТАТИВНОМУ ДИСКУРСІ

*У статті розглянуто функціонування висловлень презирства у конфронтативному дискурсі.*

**Ключові слова:** висловлення презирства, конфронтативний дискурс, суперечка, сварка.

*В статье рассматривается функционирование высказываний презрения в конфронтативном дискурсе.*

**Ключевые слова:** высказывания презрения, конфронтативный дискурс, спор, ссора.

*The article examines functioning of utterances of contempt in the discourse of confrontation.*

**Key words:** utterances of contempt, discourse of confrontation, dispute, quarrel.

**Постановка наукової проблеми та її значення.** *Актуальність дослідження* зумовлена загальною спрямованістю сучасної лінгвістики на вивчення динамічної природи комунікації, яка передбачає її представлення не просто у вигляді набору деяких одиниць для здійснення мовленнєвого задуму, а радше як складної системи, де переплітаються і взаємодіють між собою різноманітні інтенціональні, соціальні, психологічні чинники. У фокусі нашої лінгвістичної розвідки постають дискурсивні особливості висловлень презирства в процесі їх функціонування. **Мета статті** – проаналізувати функціонування висловлень презирства у двох основних типах конфронтативного дискурсу – суперечці і сварці.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів. Оскільки презирство не є конвенційним у суспільстві, то сама комунікативна мета мовця має конфліктний характер. Якщо говорити про спілкування в умовах конфлікту, то спільною рисою для можливих конфронтативних дискурсів варто визнати несумісність інтенцій учасників діалогу. Проте слід зазначити, що конфронтативні дискурси не є однорідними. Зокрема, ми приєднуємося до позиції лінгвістів [7; 12], які наголошують на виділенні двох основних типів діалогічного дискурсу в межах конфлікту, – суперечки і сварки. Спільною рисою для них є так званий «компетитивний» характер діалогу, тобто конкуренція поглядів і намірів комунікантів [9, с. 46]. Тим, що відрізняє ці типи дискурсів один від одного, є інтенційні та психологічні установки співрозмовників, їхні важелі впливу на суперника.

Суперечка за своєю комунікативною природою, попри деякі розбіжності суб'єктів мовлення, спрямована на порозуміння співрозмовників. Основними засобами впливу на адресата в суперечці є логічно–аргументативне переконування співрозмовника в його неправоті. Як зазначали Дж. Лакофф і М. Джонсон, соціальний прогрес і роль людини як розумної істоти передбачає досягнення бажаних результатів без безпосереднього втягнення у небезпеку фізичного конфлікту. Як наслідок – люди розвинули соціальний інститут вербальної суперечки [5, с. 130].

Модель «ідеальної» суперечки передбачає переконання іншої сторони в її неправоті виключно за допомогою аргументації. У суперечці наявне бажання одностайності, але кожен із співрозмовників викладає свою думку трохи по-іншому. Відповідно до цього побудова дискурсу суперечки передбачає спрямування на раціональну сферу людської психіки, а це, у свою чергу, зумовлює використання емоційно-нейтральних мовних засобів, а також необхідність дотримання принципу співпраці [13, с. 14]. Наприклад:

(1) *«/... / Moralizing is your only form of discourse. That's why there are so many hypocrites among your people. Present company excepted».*

*«My people?» Lucas asked. «I wish you'd stop thrusting identities on me. I mean, it's a drag. I'm only one fella».*

*«Yes, of course. Lestrade said contemptuously. «Sorry. By the way,» he asked, «who are those people living in Berger's old zawiya? The old Jew and his followers? The pretty chichi girl you like? People over here used to think she was old Berger's wife. «/... / (Stone R. Damascus Gate, p. 190).*

У наведеному прикладі суперечка не переросла у сварку. Один із співрозмовників, щоб принаймні формально дотриматися ввічливості, удавано погоджується з комунікативним партнером (*«Yes, of course. Lestrade said contemptuously»*), використовує формулу вибачення (*Sorry*) і, стримуючи власну вербальну агресію, змінює тему розмови.

На відміну від суперечки, сварка свідомо спрямована на диссенсус співрозмовників. Як доводить аналіз конфронтативних дискурсів, природа зародження конфліктів у результаті мовленнєвої взаємодії є складною і багатогранною. Комунікант здатний свідомо провокувати конфлікт, керуючись лише певними психологічними чинниками, скажімо, особистою неприязню до співрозмовника чи надміром негативних емоцій унаслідок інших конфліктних ситуацій. Адресант у такому разі ставиться до всього, що говорить чи робить співрозмовник, упереджено і може штучно підтримувати створений ним образ суперника чи ворога.

Як доводить І. Івін, у перебігу дискурсу сварки співрозмовники часто задіюють контекстуальну аргументацію [2, с. 105]. Порівняно з універсальною аргументацією, контекстуальна є «нерациональною», оскільки її вибирають як найефективнішу тільки для певного типу адресата і вона апелює до традиції, авторитету, інтуїції, віри, здорового глузду. Але при формальній «нерациональності» використовуваних аргументів під час розвитку конфліктної ситуації контекстуальна аргументація все-таки спрямована на мисленнєві процеси, а також на логічно обґрунтований вибір рішення самим адресатом [2, с. 311-313].

У сварці «мовець впливає на емоційну сферу адресата засобами жорсткого, неаргументованого впливу» [8, с. 128], що, власне є виявом вербальної агресії. Агресивно налаштована особистість ставить за головну мету своєї поведінки моральну перемогу над суперником. А ігнорування раціональних засобів впливу можна пояс-

нити недостатньою вагомістю аргументів, браком часу або небажанням витратити час і аргументи для бажаного результату [1, с. 61].

Особливістю конфронтативного дискурсу є те, що в процесі розвитку ситуації мовленнєвої взаємодії співрозмовники можуть посилювати конфліктну орієнтацію діалогу і тоді суперечка внаслідок комунікативної «осічки» (термін О. Фадеєвої [12, с. 93]) обертається на сварку як вияв вербальної агресії. Це може трапитись внаслідок кількох причин. Найчастіше, як зазначають психологи, деструкція суперечки спричинена егоцентричною спрямованістю комуніканта [6, с. 71]. У будь-якому разі предмет суперечки підмінюється іншою метою – несумісність поглядів переростає в міжособистісний конфлікт. Відбувається суперечка заради самої суперечки.

Дискурс мовленнєвої агресії представлений такою взаємодією комунікантів, яка характеризується недотриманням принципу комунікативного співробітництва та максимум ввічливого спілкування, що проявляється в грубості, нетактовності, демонстративній байдужості, деструктивній поведінці. Цей тип дискурсу викликає дисенсус, оскільки комуніканти перебувають у стані ворожості, ігноруючи право співрозмовника на незгоду, що призводить до псування чи руйнування взаємовідносин [13, с. 4], і між комунікантами виникає конфлікт. На думку О. Фадеєвої, «набагато частіше причини конфліктів мають психологічну природу, а порушення максимум співпраці лише супроводжує та «обслуговує» дискурс конфліктної мовленнєвої взаємодії комунікантів» [10, с. 206]. Однак варто зазначити, що навмисне руйнування постулатів спілкування має додаткове прагматичне навантаження – довести свою перевагу над іншим [4, с. 20].

Поведінка мовців залежить від факторів, що спричиняють виникнення агресії, до яких психологи відносять фрустрацію, подразливі події (біль, спека, шум, натовп тощо), неприємні емоційні стани, необхідність в самозахисті, емоційно змінні враження, нестриманість [14, с. 188]. Агресія може бути реакцією на певну емоцію, зокрема на гнів, особливо в комплексі з відразою та зневагою, які утворюють так-звану «тріаду ворожості» [3, с. 265-266]. Агресія може виникати під час конфлікту внаслідок зіткнення переконань, цінностей, інтересів комунікантів, збою в розумінні партнера, викликаного суперечностями, невиправданням очікуваного, нетактовністю, відмовою тощо [14, с. 178, 181]. Наприклад:

(2) *Fury blazed from Jason's eyes, and he lunged off the porch, spinning around violently, facing his father with fists clenched at his sides. «How would you know anything about my style?» he sneered. «Did you ask me? Does anybody ever ask me what I want? How I feel? Who gives a damn about my style!» (Burton K. Tess, p. 90).*

У цьому прикладі син висловлює своє презирство по відношенню до батька через те, що той не схвалює його стиль. Агресія сина передається через уїдливі питання (*How would you know anything about my style? Did you ask me? Does anybody ever ask me what I want? How I feel?*), які використовуються як прийом атаки на батька. Вираз обличчя і поза мовця (*Fury blazed from Jason's eyes, he lunged off the porch, spinning around violently, facing his father with fists clenched at his sides*) доповнюють і посилюють його емоційне мовлення і свідчать про його почуття сильного роздратування і нетерпимості.

Мовець-агресор відзначається егоїстичною поведінкою, яка проявляється в бажанні домінувати і перемогти. Його метою є змусити адресата підкоритися, що здійснюється жорсткими неаргументованими, часто грубими способами прямого мовленнєвого впливу [11, с. 226]. Наприклад:

(3) *«And just who are you, Miss High-and-Mighty, to tell me what to do with my own son?» Dropping Jason's arm, she turned on Tess, her lips twisting into a sneer. «This is a private discussion, anyway, and you have no business here. And don't start thinking that you do, just because you've played nanny to my son... and whore to my husband!» (Burton K. Tess, p. 280).*

У наведеному прикладі мовець, перебуваючи в стані афекту і намагаючись дати вихід своїм негативним емоціям, висловлює крайню зневагу по відношенню до адресата, забороняючи останньому втручатись у сімейну розмову. Грубе змушування адресата замовкнути і зниження рівня його самооцінки (*And just who are you, Miss High-and-Mighty, to tell me what to do with my own son?, you've played nanny to my son... and whore to my husband!*) ведуть до реалізації бажання адресанта – отримати моральну перемогу над адресатом.

У дискурсі мовленнєвої агресії спостерігається сильний емоційний вибух, який супроводжується лайливою лексикою, різними образливими номінаціями і висловленнями разом зі специфічними для даної ситуації паралінгвістичними засобами, що призводить до агресивних дій у відповідь. Такий конфлікт може закінчитись бійкою чи іншою деструктивною поведінкою комунікантів. Наприклад:

(4) *With a look of scorn upon his face, Roland turned, and faced the robber crew. «If you win these arms,» said he to the leader, «you shall pay a dear price for them».*

*Then, disdainful to use his sword against foes so vile, he seized a burning brand, and hurled it fiercely among them (Baldwin J. The Story of Roland, p. 310).*

У цьому прикладі конфлікт закінчився агресивною невербальною поведінкою комуніканта, який кинув палаючий факел на своїх ворогів.

**Висновки.** Підсумовуючи вищесказане, можна стверджувати, що висловлення презирства функціонують у таких двох типах конфронтативного дискурсу як суперечка і сварка. Суперечка характеризується відсутністю вербальної агресії, тоді як під час сварки мовець вдається до етично засуджених методів. Якщо хоча б один із комунікантів прагне дотримуватись максимум принципу співпраці, то це дозволяє припинити розгортання конфлікту.

**Перспективу подальшого дослідження** вбачаємо у вивченні гендерних особливостей висловлень презирства.

#### Література:

1. Вандервекен Д. Небуквальные речевые акты / Д. Вандервекен // Концептуализация и смысл. – Новосибирск : Наука. Сиб. отд.-ние, 1990. – С. 31-61.

2. Ивин А. А. Основы теории аргументации / А. А. Ивин. – М. : Изд. центр ВЛАДОС, 1997. – 352 с.
3. Изард К. Э. Психология эмоций / К. Э. Изард; пер. с англ. А. Татлыбаева – СПб. : Питер, 2000. – 464 с.
4. Карасик В. И. Статус лица в значении слова: учебное пособие по спецкурсу / В. И. Карасик. – Волгоград : ВГПИ им. А. С. Серафимовича, 1989. – 110 с.
5. Лакофф Дж. Метафоры, которыми мы живем / Дж. Лакофф, М. Джонсон // Язык и моделирование социального взаимодействия: Переводы / Сост. В. М. Сергеева и П. Б. Паршина; Общ. ред. В. В. Петрова. – М. : Прогресс, 1987. – С. 126-170.
6. Остин Дж. Л. Слово как действие / Дж. Л. Остин // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып. 17. Теория речевых актов. – М. : Прогресс, 1986. – С. 22-131.
7. Попова Т. В. Спор или ссора? Некоторые лингвистические критерии определения подклассов бытовой конфликтной ситуации / Т. В. Попова // Тез. конф. «Дискурс и аргументация». – Пятигорск : Изд-во ПГПИИЯ, 1992. – С. 90-92.
8. Рытникова Я. Т. Гармония и дисгармония в открытой семейной беседе / Я. Т. Рытникова // Русская разговорная речь как явление городской культуры / Под ред. Т. В. Матвеевой. – Екатеринбург : Арго, 1996. – С. 94-115.
9. Сухих С. А. Типология языкового общения / С. А. Сухих // Язык, дискурс и личность. – Тверь : Тверской гос. ун-т, 1990. – С. 45-50.
10. Фадеєва О. В. Конвенції спілкування в умовах конфліктної взаємодії / О. В. Фадеєва // Гуманітарний вісник. Сер. Іноз. філологія. – Черкаси, 1998. – Число 2. – Ч. I. (Проблеми сучасної лінгвістики). – С. 198-207.
11. Фадеєва Е. В. Ситуация конфликтного речевого взаимодействия в статусно-ролевом аспекте / Е. В. Фадеєва // Вісник Київськ. лінгвістичного ун-ту. Серія Філологія. – 1999. – Т. 2, № 2. – С. 218-227.
12. Фадеєва Е. В. Стратегии и тактики конфликтного дискурса (на материале совр. англ. языка: дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Фадеєва Елена Владимировна. – К., 2000. – 194 с.
13. Фадеєва О. В. Стратегії і тактики конфліктного дискурсу (на матеріалі сучасної англійської мови): автореф. дис... канд. філол. Наук: спец. 10.02.04 «Германські мови» / О. В. Фадеєва. – К., 2000. – 18 с.
14. Gamble T. Communication Works / T. Gamble, M. Gamble. – N. Y. : Random House, 1987. – 440 p.

**Джерела ілюстративного матеріалу:**

1. Baldwin J. The Story of Roland / J. Baldwin. – Chapel Hill : Yesterday's Classics, 2006. – 424 p.
2. Burton K. Tess / K. Burton. – N. Y. : Harlequin Books, 1993. – 300 p.
3. Stone R. Damascus Gate / R. Stone. – N. Y. : Houghton Mifflin Harcourt, 1998. – 512 p.

Бутко С. Г.,  
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, м. Харків

## ГЕНЕЗИС ТА ФУНКЦІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ МІФОНІМІВ У ТЕКСТАХ УКРАЇНСЬКИХ ЗАМОВЛЯНЬ

*Статтю присвячено дослідженню генезису та функціональних особливостей міфонімів у текстах українських замовлянь. До аналізу залучено оніми, які ще не були предметом спеціального дослідження в українському мовознавстві, зокрема власні назви на позначення хвороб, суб'єктів замовляння, об'єктів водного простору, тварин та географічних об'єктів. У ході дослідження з'ясовано, що міфоніми, вживані в текстах українських замовлянь, найтісніше пов'язані з ономастиком усього міфологічного і фольклорного дискурсу.*

**Ключові слова:** замовляння, міфонім, власна назва, міфоантропонім, міфотопонім, міфозоонім.

*Статья посвящена исследованию генезиса и функциональных особенностей мифонимов в текстах украинских заговоров. Автором проанализированы онимы, которые еще не были предметом специального исследования в украинской лингвистике, в частности имена собственные, обозначающие болезни, субъектов заговоров, объекты водного пространства, животных и географические объекты. В ходе анализа выяснено, что мифонимы, функционирующие в текстах украинских заговоров, связаны с ономастиком всего мифологического и фольклорного дискурса.*

**Ключевые слова:** заговор, мифоним, имя собственное, мифоантропоним, мифотопоним, мифозооним.

*The article covers research of genesis and functional features of mythological names in texts of the Ukrainian incantations. The author had analyzed proper names, which were not the object of the special research in Ukrainian linguistics, in particular the proper names designating illnesses, subjects of incantations, objects of water space, animal and geographical objects. It is found out during an analysis, that mythological names used in texts of the Ukrainian incantations are closely related to the proper names of all mythological and folklore sphere.*

**Keywords:** incantation, proper name, common name, mythological.

Одним із найбільш архаїчних та сакральних жанрів фольклору є замовляння, що вирізняється стійкістю та консерватизмом, завдяки чому й зберігає до наших часів світоглядну архаїку народу. Саме замовляння, а точніше їх мовна організація, є тією багаторівневою системою, в якій закодовано різні пласти знань. На особливу увагу в цьому розумінні заслуговують міфоніми, вживані в текстах українських замовлянь, адже вони є носієм важливої, часом унікальної інформації щодо культурно-історичного розвитку етносу. Зазначимо, що власні назви, зокрема міфоніми, неодноразово ставали предметом розвідок як вітчизняних, так і зарубіжних науковців [1; 6; 11; 17; 20; 21], проте більшість онімів і досі залишаються не дослідженими або потребують додаткового аналізу. У зв'язку з цим актуальним видається аналіз міфологічного ономастикону замовлянь, що виявляють різні аспекти реалізації магічної функції мови, репрезентують своєрідну картину світу, є продуктом особливої світоглядної системи. Запропоноване лінгвістичне дослідження пов'язане з потребами лексикографічного опису української народної культури, зокрема укладанням словника українських старожитностей. Мета нашої роботи полягає в з'ясуванні генезису та функціональних особливостей міфонімів, уживаних в текстах українських замовлянь.

Слід зауважити, що ономастикон українських замовлянь уміщує надзвичайно різномірні щодо виникнення та семантики назви, а міфоніми можуть позначати суб'єкти, об'єкти, рослини, тварини, хвороби, предмети, явища тощо.

Так, значною є група міфонімів на позначення хвороб, зокрема лихоманки, яка включає неоднозначні щодо генезису й семантики номені, і це яскраво демонструє текст лікувального замовляння «Од пропасниці, трясці, лихоманки, лихорадки»: «Під дубом Маврійським / Стояли святії архангели... /...І бачили вони, як виходило з моря / Сім простоволосих жінок.../ ... «Єсть ми дочері Иродови, / А йдем ми на хрестьянськую землю / Жовтую хрестьянськую кость ломить». / Святії архангели попрохали розказать, / Як їх імена. «Наші імена єсть: Первая – Нена, хторая – Лета, / Третья – Лелія, четвертая – Желтія, / П'ятая – Оленеса, шостая – Горита, / Сьомая – Маргарита; / Всі ми огненні...» [2, с. 65]. Слід зазначити, що ключовою для розуміння як прагматики замовляння, так і специфіки архаїчного мислення в цілому є фраза «Святії архангели попрохали розказать, / Як їх імена», адже для первісної людини знати ім'я особи / істоти / предмета / явища означало мати владу над носієм цього імені, а саме: наслати хворобу, смерть, причарувати, вилікувати тощо. Звернімося власне до міфонімів на позначення лихоманки. Частина номенів є доволі прозорою за своєю семантикою і вказує на стан людини під час хвороби, наприклад, *Желтія*, *Горита*. Інші ономати видаються нам неоднозначними щодо можливості їхнього потрактування. Так, очевидно, власна назва *Лелія* має пряме відношення до квітки лілеї, яка, з одного боку, символізує чистоту (очевидно, в замовлянні це акцент на блідості як одному із симптомів лихоманки), а з іншого, – можливу смерть, спричинену дією пропасниці. Назва *Оленеса*, можливо, є варіантом імені *Олена*, яким доволі часто у фольклорі називаються істоти підземного негативного простору (в замовляннях – цариця Олена на позначення змії, у казках – зміючка Оленка). Прагматичні інтенції номена *Маргарита*, на наш погляд, виражені найменшою мірою, оскільки він ужитий з метою ритмічної організації тексту (Горита – Маргарита). Міфонім *Лета*, на нашу думку може мати кілька мотивацій. Першу визначаємо за етимологією лексеми, яка походить від сербохорватського *лета* й означає *метушливу жінку, яка снить* [19; 14, с. 264]. У замовлянні таким чином називається ще один симптом лихоманки – марення. Згідно з другою мотивацією, назва лихоманки *Лета* походить від імені давньогрецької богині забуття – *Лети* і, відповідно, знову вказує на ознаки хвороби. Найбільш незрозумілим, на наш погляд, є онім *Нена*. Із великою часткою умовності можемо припустити, що цей номен пов'язаний із дієсловом «*непайть*», тобто не щастить [4, с. 142].

Цікавими й неоднозначними з погляду походження є міфоніми на позначення суб'єктів замовляння, або міфоантропоніми. Так, незвичною та невмотивованою, на перший погляд, є власна назва *дід Карипото*, вжита в лікувальному замовлянні від криксив: «*В лісі в Кодрі стоять дуб-нелень і дід Карипото. / – Добровечір тобі, дубе-неленю / І дідо Карипото. / Посватаймось, побратаймось, / У мене синочок, а в тебе дочка, / І будемо крикиси виговоряти, / Хрещеному народженому (Степану)*» [2, с. 201–202]. Ономат *Карипото*, вірогідно, структурно складається з двох основ – *кари-* й *-пото-*. Щодо другого компонента, то тут поки що складно висувати будь-які гіпотези. Цікавою є основа *кари-*, яка може походити від дієслова *карити*, що в «Етимологічному словнику російської мови» М. Фасмера подається у значенні «*оплакувати; піклуватися*» [15, II, с. 199]. Отже, тут прослідковується тісний зв'язок оніма із тематикою замовляння, а самого діда Карипото можемо розглядати як представника чужого простору, який покликаний для обміну – хворобу взяти собі, а дитині віддати здоров'я і спокійний сон.

Відзначимо, що такі формули є досить поширеними в лікувальних замовляннях від дитячих хвороб (криксив, плаксивців тощо), наприклад: «*Зорі, зоряниці, вась три сестриці..., у вась дочка Одарочка, а у мене сын (имя). Возьміть своїй дочці Одарочці крикливиці, плаксивиці і безсонниці, а міні нашілть сонь ізь усіхь сторонь народженному, молитвенному хрещеному рабу Божому (имя)*» [7, с. 278] тощо.

Цікавим і доволі прозорим за семантикою є міфоантропонім *чоловік Нькин* в обереговому замовлянні на охорону весільного поїзда: «*Миж трёма дорогами, миж трёма ланами лежить чоловік Нькин без рук, без ниг, без очей, без ричей, без плечей. Як той чоловік Нькин, ничьм не владие, так на хрещеному рабу Божому архитрыкльну (имя дружка) и на молодому князю (имя жениха) и на молодой князьни (имя невесты) и на его поизду никто ничего не завладие. Во вики вигов. Аминь*» [14, с. 508]. На оберегову функцію оніма вказує семантика лексеми *никати* – *ховатися, зникати* [5, IV, с. 88], тобто фактично весільний поїзд є невидимим, схованим для ворожого ока. Крім того, цей ономат демонструє прийом імітативної магії, за якою магічна сила впливає на об'єкт через схожість. У цьому тексті фактично будь-яка ворожа сила уподібнюється чоловікові Нькіну, який, не маючи ні рук, ні очей, не може нічим заподіяти шкоди молодятам та учасникам весілля.

Значною групою за частотністю вживання є міфоніми на позначення об'єктів водного простору. Так, значний інтерес викликають оніми *Діян*, *Кіян* на позначення моря в замовляннях від укусу змії, наприклад: «*На морі на Діяні... там стояв дуб, а в дубі дупло, а в дуплі гніздо, а в гнізді цариці: одна Кіліяна, друга Іліяна, а третя цариця Веретениця. Ти, цариця Веретениця, ти вийди, вигукни, висвисни на своє військо – на польовеє, на лісовеє...*» [12, с. 150] або «*На морі на Кіянні на острові на Буяні тамь лежить бгль горючє камінь, підь тимь камнемь лежать три зміи скорпіоны, первая Марина, вторая Катерина, третья Прасковья. Я вамь приказываю вылижить жило сь раба Божого (имя укушенного) щобь кости жовтой не ломило, сердце не боліло...*» [7, с. 279–280]. Щодо походження цих онімів, то, як стверджує М. Новикова, назви *Діян*, *Кіян* утворилися паронімічно, задля мелодійності, ритмізації замовляння [12, с. 208]. Припускаємо, що назва *Діян* на позначення моря утворилася від дієслова *діяти* й імовірно вказує на місце, де відбувається дія в замовлянні. Назва *Кіян*, імовірно, походить від слова *океан* з відповідними фонетичними трансформаціями, на що вказує і Р. Агеєва: «Океан море називається також Кіян, Каян, Китай, Кидань й відповідно може бути не тільки морем, але й горою (на горі Кіянні), й островом (на острові Кіянні на Каяні), й полем (на полі на Кіянськїм)» [1, с. 135]. Таким чином, можемо стверджувати, що названі оніми позначають абстрактний простір, у якому відбувається дія замовляння, причому зазвичай це простір, де діють вищі негативні сили. Як зазначає Р. Агеєва, «географічні вказівки в замовляннях украй неточні, й спостерігається велика різноманітність варіантів, в яких назва може бути надана й іншому географічному об'єкту» [1, с. 135]. Так, онім *Кіян* (*Кіян*) в українських замовляннях часто позначає острів: «*На мори, на Дунаи и на острови Кіяни и там стояв дуб дупленастий, а в тому дуби гніздо, а в тому гнізди лежыть цариця Оленьця. Ты, царице Оленьце! Закажы своєму війську, старому и малому, крывому и слитому, щоб Господь на помич дава*» [14, с. 283]. Отже, фактично смисл апелятива *океан* втрачається й слово стає чистим знаком-топонімом, що позначає просторовий об'єкт.

Цікавою є група міфонімів на позначення географічних об'єктів, або міфотопонімів. Так, топонім *ліс Кодра*, вжитий у замовлянні від криксив: «*В лісі в Кодрі стоять дуб-нелень і дід Карипото. / – Добровечір тобі, дубе-неленю / І дідо Карипото. / Посватаймось, побратаймось, / У мене синочок, а в тебе дочка, / І будемо крикиси виговоряти, / Хрещеному народженому (Степану)*» [2, с. 201–202] – може мати кілька варіантів щодо походження, адже, за словником гідронімів, *Кодра* – це річка, а річка, як зазначають автори етнолінгвістичного словника «Славянские древности», є еквівалентним синонімом (поряд із деревом, стовпом, горою) на позначення центра Всесвіту [9, II, с. 253]. З цього погляду ономат *Кодра* на позначення лісу є цілком вмотивованим і вказує на належність до чужого надприродного простору, звідки приходить магічна істота. З другого боку, імовірно є гіпотеза про іншомовне походження оніма, адже в румунській мові лексема *codru* означає *ліс, хаці* [8, с. 177]. Функціональні особливості міфоніма в цьому разі вбачаємо у запозиченні лексеми як одного з механізмів називання явищ, предметів у міфологічному й фольклорному дискурсах.

Значною та надзвичайно цікавою й різноманітною є група міфонімів на позначення тварин, або міфозооніми, адже тут зустрічаються як прозорі за походженням ономати, так і номени із затемненою внутрішньою формою, що, зокрема, яскраво демонструє лікувальне замовляння від укусу змії: «*А в полі море, а в тім морі золотий камінь, а на тому камені золота яблуня, а на тій яблуні золоте гніздо, а в тім гнізді цар Гадюн сидить. Ти, цар Гадюн, склич свій гад лісовий, луговий, степовий, водяний, гноєвий, погрібний, загатній, хатній. Через море калиновий міст, а під тим мостом Дубіян стоїть, а під тим Дубіяном гадина Яселуха лежить. Ти, гадина Яселуха, склич свій гад, та вийми зуб до землі од жовтої кості, од білого тіла народженого, хрещеного раба Божого [имя]*» [13, с. 45]. Так, походження міфоніма *Гадюн* видається цілком прозорим й тісно пов'язане із прагматикою замовного слова, адже первісно *гадом* називали не тільки змії, а й усю нечисть, тварин та істот, пов'язаних із підземним світом (жаби, черви, раки, навіть риба). Це підтверджує й етимологія слова *гад*: праслов'янське \**gadъ*

сягає індоєвропейського \**g<sup>w</sup>ōdh*, що означає «дурний, злий» [19; 6, с. 79]. У болгарській діалектах *gat* – це *паразит, плазун*, у німецькій мові *Kot* – це *бруд, грязь*, у литовській *gėda* означає «стид, сором» [19, 6, с. 80]. Отже, можна зробити висновок, що слово *gad* є на сьогодні стертим евфемізмом. Натомість міфонім *гадина Яселуха* має затемнену внутрішню форму, а тому потребує більш глибокого аналізу. Проте можемо припустити, що *Яселуха*, можливо, перекручене від *веселуха*. Як зазначає О. Є. Хомік, «особливі міфологічні імплікації характерні й для етимологічного значення таких назв, як *веселуха (змія)*, *весилушка (жаба)*, *веселий (чорт)*» [16]. Згідно з М. Фасмером, *веселий* – ст. слав. *весель*, болг. *вѣсел*, чеш. *veselý*, словц. *veselý*, польск. *wesoly*...// Спорідн. лтш. *vesēls* «здоровий, цілий, неушкоджений», що є розширеннями і. -є \**vesu-*; сер. д. -інд. *vāsu* – «гарний», авест. *vanhu, vohu-*, гальськ. *vesu-*, ірл. *fiu* «гідний, рівний» [15, I, с. 303]. Наведений лексичний матеріал різних індоєвропейських мов свідчить про одноплановість конотативної семантики слова *веселий*, що практично унеможливило інтерпретацію української евфемістичної назви *веселуха* в термінах енантіосемії. Евристично значущими у цьому випадку є факти слов'янської культурної традиції, в якій, за спостереженнями М. Толстого, зустрічаються, хоч і не численні та достатньо мірою випадкові, але яскраві й переконливі приклади вживання лексеми *веселий* у магічній береговій функції, пов'язані із загальною темою «смерть» [10]. З огляду на це, а також, зважаючи на хтонічний характер міфологічного персонажа *змії* та його тісний і безпосередній зв'язок зі смертю [див: 3;9;18], онім *Веселуха* слід розглядати як продовження загальної тенденції використовувати слово із кореневим елементом *весел* з береговою, запобіжною функцією. Таку ж функцію виконує і номінація *веселик* – журавель, на що вже давно вказали дослідники, наголошуючи при цьому на особливостях народної етимології цього слова, яке в традиційній культурі асоціюється із поняттям «журитися, сумувати» [3].

Отже, міфоніми, вживані в текстах українських замовлянь, найтісніше пов'язані з ономастиком усього міфологічного і фольклорного дискурсу. Власні назви демонструють семантичну строкатість та генетичну неоднорідність своїх складників. Історично-культурна проекція окремих номінацій свідчить про архаїчність їх виникнення, а також про мовні контакти давніх українців з іншими народами.

#### Література:

1. Агеева Р. А. Пространственные обозначения в заговоре как типе текста (на восточнославянском материале) / Р. А. Агеева // Аспекты общей и частной лингвистической теории текста. – М. : Наука, 1982. – С. 132-159.
2. Ви, зорі-зориці: Українська народна магічна поезія (Замовляння). – К. : Молодь, 1991. – 334 с.
3. Гура А. В. Символика животных в славянской традиции / А. В. Гура. – М. : Индрик, 1997. – 912 с.
4. Дополнение къ опыту областного великорусскаго словаря. Издание втораго отделения императорской академіи наукъ. – СанктПетербургъ, 1858. – 384 с.
5. Етимологічний словник української мови: у 7 томах / Редколегія О. С. Мельничук (голова) та ін. – К. : Наукова думка, 1982. – 2006.
6. Калашник В. С. Лексико-семантична група «змії» в сучасній українській мові: аспекти діахронічного аналізу / В. С. Калашник, М. І. Філон // Українська мова серед інших слов'янських: етнологічні та граматичні параметри. Матеріали Міжнародної наукової конференції. – Кривий Ріг : Видавничий дім, 2009. – С. 199-205.
7. Короленко П. П. Черноморські заговори / П. П. Короленко // Сборник Харьковского историко-филологического общества. – 1892. – № 4. – С. 274-282.
8. Румынско-русский словарь / Под ред. Б. А. Андрианова и Д. Е. Михальчи. Изд. второе, стереотип. – М., 1954. – 975 с.
9. Славянские древности. Этнолингвистический словарь под ред. Н. И. Толстого. – М. : Международные отношения, 1995. – Т. I-II.
10. Толстой Н. И. Культурная семантика славянского \**vesel-* / Н. И. Толстой // Толстой Н. И. Язык и народная культура. Очерки по славянской мифологии и этнолингвистике. – М. : Индрик, 1995. – С. 309-311.
11. Толстой Н. И., Толстая С. М. Имя в контексте народной культуры / Н. И. Толстой, С. М. Толстая // Язык о языке: Сб. статей / Под общ. ред. и ред. Н. Д. Арутюновой. – М. : Языки русской культуры, 2000. – С. 597-621.
12. Українські замовляння / М. Н. Москаленко, М. О. Новикова. – К. : Дніпро, 1993. – 309 с.
13. Українські чари / Упоряд. О. М. Таланчук. – К. : Либідь, 1992. – 95 с.
14. Українці: народні вірування, повір'я, демонологія // Коллект. автор. А. П. Пономарьов, В. І. Гордієнко. – К. : Либідь, 1991. – 638 с.
15. Фасмер М. Этимологический словарь русского языка: В 4 т.: перевод с нем. / М. Фасмер, О. Н. Трубачев. – 2-е изд., стер. – М. : Прогресс, 1986. – Т. I-IV.
16. Хомік О. Є. Український вербальний оберег: семантика і структура: автореф. дис.... канд. філол. наук: 10.02.01 / О. Є. Хомік. – Х. : Б. в., 2005. – 20 с.
17. Черепанова О. А. Типология и генезис названий лихорадок-трясавиц в русских народных заговорах и заклинаниях / О. А. Черепанова // Язык жанров русского фольклора: Межвуз. науч. сб. – Петрозаводск : Изд. ПГУ, 1977. – С. 44-57.
18. Шапарова Н. С. Краткая энциклопедия славянской мифологии: Около 1000 статей / Н. С. Шапарова. – М. : АСТ; Астрель; Русские словари, 2001. – 624 с.
19. Этимологический словарь славянских языков. Праславянский лексический фонд / Под ред. чл.-корр. АН СССР О. Н. Трубачева. – М. : Наука, 1974-1992. – Вып. 1-18.
20. Юдин О. Власне ім'я в акті замовляння-заклинання; місце у тексті та функції О. Юдин // Студії з Інтегральної етимології. Спеціальний випуск. «НЗ»: Ритуал. – Львів, 1999. – №2. – С. 92-96;
21. Юдин А. Ономастикон русских заговоров [Електронний ресурс] / А. Юдин. – М. : МОНФ, 1997. – 319 с. – Режим доступу : <http://serebrkniga.narod.ru/polkalit/1248yudin-onomastikon.html>



**Веренько М. М.,**

Буковинський державний фінансово-економічний університет, м. Чернівці

## РЕКЛАМНИЙ ТЕКСТ В АНГЛОМОВНІЙ КАРТИНІ СВІТУ

*У статті досліджується рекламний текст в англomовній картині світу. Встановлюється взаємозв'язок між різними видами реклами та способи їхнього впливу на окремий об'єкт чи організацію.*

**Ключові слова:** дискурс, рекламний текст, рекламний дискурс, політична реклама.

*В статье исследуется рекламный текст в англоязычной картине мира. Устанавливается взаимосвязь между различными видами рекламы и способы их влияния на отдельный объект или организацию.*

**Ключевые слова:** дискурс, рекламный текст, рекламный дискурс, политическая реклама.

*The present article is focused on advertising text in english-speaking world view. The interconnection is active between different types of advertising and methods of its influence on a separate object or organization.*

**Key words:** discourse, advertising text, advertising discourse, political advertisement.

У сучасний період розвитку англійського суспільства важливу роль у формуванні активності відіграють засоби масової інформації. Адже ЗМІ, а саме реклама виконує інформативну функцію, тобто поширює інформацію про певну людину чи організацію.

Про зростаючу роль газет, журналів, радіо і телебачення в суспільному житті країни свідчать їхнє невинне зростання, поширеність і активність масової інформації.

Функції реклами: функція впливу, яку можна визначити як поєднання емотивної (викликає певну емоційну реакцію, мотивує), естетичної (вплив рекламного повідомлення як твору мистецтва) і персуазивної функцій, та інформативну функцію, що полягає в повідомленні необхідних даних про об'єкт реклами. Мовне оформлення рекламного тексту буде, безумовно, мотивуватися виконуваними ним функціями.

Вербальна та невербальна реклама:

Вербальна мова має важливе значення для реклами. Адже зображення на носіях зовнішньої реклами привертають увагу споживача і виражають певні ключові моменти такої реклами. Вербальні засоби впливу – це мовні засоби й ораторські вміння, які використовуються в PR (паблік-релієшнз) і рекламі [3, с. 46]. До вербальної реклами входить телевізійна реклама та реклама на радіо.

Невербальна реклама.

На думку А. Д. Белової, у сучасній рекламі персуазивність здійснюється, швидше всього, за рахунок невербальних компонентів [Белова 1997], які є самодостатніми для розкриття певного змісту... виступають ядром комунікації, створюють відповідний настрій, передають інформацію, [Ткачук-Мірошниченко 2001], посилюють вплив вербальної аргументації [Крутько 2006].

Проаналізувавши візуальні елементи реклами, О. М. Назайкін виокремив найбільш частовживані зображення: (а) товару без людей; (б) товару з людьми; (в) людей без товару; (г) живих істот, але не людей; (г) неживих предметів, але не самого товару; (д) символів [Назайкін 2005].

Реклама як суспільне явище становить на сьогоднішній день окремий дискурс, який потребує детального дослідження й аналізу. Це спричинено тим, що сьогодні суспільство живе в часи НТП, в часи створення новітніх технологій та брендів. Ось чому, рекламу потрібно завжди досліджувати та аналізувати.

Рекламний текст повинен вирішувати завдання, сформульовані у відомій формулі «aida»:

1) attention – увага – текст повинен привернути увагу потенційного клієнта;

Наприклад: *Toyota – Управляй мрією.*

2) interest – інтерес – текст повинен зацікавити клієнта;

Наприклад: *Ford Excursion – Символ вашої переваги*

3) desire – мати бажання – текст повинен містити мотивацію покупки пропонованого товару;

Наприклад: *Nissan Almera – Задоволення без зволікання*

4) action – дія – текст повинен у кінцевому підсумку спонукати клієнта до дії, пропонуючи план дії і необхідну інформацію.

Наприклад: *Lexus – Прагнення до досконалості* [7, с. 80-96].

**Мета** дослідження – виявлення диференційних рис рекламного тексту та вивчення структурно-семантичної організації частотних моделей англійського рекламного тексту для подальших досліджень реклами.

Для досягнення поставленої мети необхідно:

– визначити рекламний текст у типології тексту;

– виокремити принципи класифікації структури;

– виокремити домінуючі засоби вираження концепту «персуазивність».

**Об'єктом** даного дослідження виступає англomовний політичний рекламний текст.

Поставлена мета і завдання зумовили застосування таких **методів** дослідження: структурно-семантичного, дескриптивного, та прагматичного.

Структурно-семантичний метод дослідження дозволяє зробити глибокий аналіз текстів, а саме – розглянути та порівняти тексти з погляду уявлень про їхню структуру та семантику.

Описовий (дескриптивний) метод, зосереджений на емпіричному фіксуванні та документалізуванні досліджуваного об'єкта.

Прагматичний метод – метод, суть якого становить логіка так званого практичного виведення.

**Актуальність** дослідження визначається необхідністю виокремлення домінантного концепту «персуазивність» та засобів його вербалізації для подальших досліджень реклами.

Мішель Фуко запропонував своє визначення дискурсу як способу бачення світу, що вербалізований у мові. Дискурс знаходить вираз у найрізноманітніших вербальних аспектах, а отже, не лише відбиває світ, а й проєктує та створює його. Сам М. Фуко в «Археології знання» писав про це так: *«Завдання полягає не в тому, щоб розглядати його як практики, що систематично створюють об'єкти, про які вони говорять», а в тому, щоб ці практики розглядали дискурс як проєкцію думки на суспільно-природні реалії* [9, с. 318-347].

Згідно Т. А. ван Дейка, дискурс – це висловлювання, зміст і форма якого визначається когнітивними установками [2, с. 312]. Саме розуміння дискурсу ван Дейка широко ввійшло в науковий обіг і особливо активно використовується у вітчизняних розробках.

Теорія дискурсу як прагматизованої форми тексту бере свій початок з концепції Е. Бенвеніста, який розмежував план дискурсу (discours) – мовлення, яке привласнюється людиною, яка говорить, і план оповідання (recit). Під дискурсом Е. Бенвеніст розуміє «будь-яке висловлювання, яке зумовлює наявність комунікантів: адресата, адресанта, а також намір адресанта певним чином впливати на свого співрозмовника» [1, с. 447].

Феномен рекламного дискурсу в його різноманітних аспектах описано багатьма лінгвістами: Т. А. ван Дейк (1985), пише, що поняття «дискурс» використовується для позначення того чи іншого жанру, наприклад: «дискурс новин», «політичний дискурс»; Д. Шиффрін (1990), та І. С. Шевченко (2002), досліджували дискурс як ситуативно обумовлену мовленнєву-розумову діяльність людини; Н. Н. Миронова (1997), класифікує дискурси за сферою комунікації, виділяючи педагогічний, науковий, критичний, етичний, юридичний та військовий. [Миронова, 1997].

Реклама виступає необхідним атрибутом маркетингу, яка виконує функцію донесення певної інформації про продукт чи послугу від мовця рекламного повідомлення до суб'єкта сприйняття (М. М. Веренько, 2012).

Рекламний дискурс визначають як цілий комплекс відношень, які виявляються в процесі виникнення, формування, розвитку й функціонування рекламного тексту. Іншими словами, рекламний дискурс – когнітивний процес, пов'язаний зі створенням тексту, а рекламний текст – мовний відрізок як продукт діяльності мовлення та мислення, за допомогою якого комунікатор і реципієнт вступають у певні соціальні стосунки. Специфіку рекламного дискурсу визначає його комунікативно-прагматична спрямованість, що виявляється у відборі вербальних та невербальних засобів та способах їх подачі. [4, с. 68].

Для лінгвістичних досліджень останніх десятиліть характерним є виявлення інтересу до вивчення текстів масової комунікації, зокрема, текстів реклами. Реклама у наш час активно проникає в мовлення сучасного англієця й у певному розумінні впливає на розвиток сучасної англійської мови.

Рекламний текст – певний текст, який містить у собі сукупність екстралінгвістичних компонентів: графіків, образів, звуків і т. п., конкретний набір яких залежить від рекламо-носія засобів масової інформації. Таке тлумачення поняття «реklamний текст» знаходить своє відображення у книзі Анжели Годдар «Мова реклами», яка пише: *The word «text» here (as applied to advertising) is used in its widest sense, including visual artifacts as well as verbal language»* [10, с. 87-89]. Будь-який рекламний текст сприймається як реклама тільки в єдності семантики та структури.

Диференційні риси рекламного тексту: багаторазова, надлишкова повторюваність і колективний спосіб свідомості, або корпоративність. У цьому рекламний текст подібний текстам новин, тому що дані ознаки властиві й текстам новин, що свідчить про деяку подібність характеру функціонування тексту новин і рекламних текстів у масовій комунікації.

Принципи класифікації рекламного тексту: зовнішня реклама, соціальна реклама, комерційна, друквана реклама, політична реклама.

Об'єктом даного дослідження я обрав саме політичну рекламу, адже вона наразі користується великим попитом і також є дуже актуальною у процесі виборчих змагань.

Однією зі складових політичної реклами XIX ст. було рекламне оголошення. Так, 1896 року американський рекламист Емер Елвіс запропонував одну з моделей рекламних звернень AIDA (attention–interest–desire–action, тобто увага–зацікавленість–бажання–дія), суть якої полягала в тому, що ідеальне рекламне сповіщення має насамперед привертати мимовільну увагу [5, с. 37]. Шляхи досягнення цієї мети досить різноманітні: ораторське мистецтво персуазивності, вдале гасло, використання контрастів, яскраве оформлення, нестандартне рішення тощо. У політичній рекламі саме гасло має динамічний характер, сприяючи ідентифікації особистості з політичним суб'єктом. Гасло, як і реклама взагалі, розраховане на емоції людини. Американські дослідники політичної реклами виокремлюють п'ять головних вимог до політичного рекламного гасла: воно має відповідати мовним стандартам; легко запам'ятовуватися; нести емоційний позитивний заряд; мати тісний зв'язок з об'єктом рекламування; бути чітко комунікативно спрямованим (наявність конкретного адресата з конкретними цілями та настановами) [6, с. 97-98].

Вивчення рекламного дискурсу у лінгвістичному аспекті повинне здійснюватися на всіх мовних рівнях: семантичному, морфологічному, синтаксичному. Такий підхід дозволяє ідентифікувати рекламу як мовне явище, що нагромаджує в собі весь мовний потенціал, створює підґрунтя для його аналізу в інших аспектах.

**Перспектива дослідження** полягає в розробленні оптимальної методики лінгвістичного аналізу текстів реклами як особливого виду тексту.

**Висновки.** Сьогодні реклама відіграє велику роль в комерційному середовищі, виступає двигуном торгівлі. Вона є так званим посередником між виробником та споживачем. Незважаючи на те, що реклама – складний механізм ринку, який потребує всебічного розвитку та дослідження, без неї не обійтися в сучасному діловому світі.

Особливого значення реклама набуває в політичному середовищі, де вдало проведено рекламна кампанія може змінити рівень життя суспільства.

**Література:**

1. Бенвеніст Э. Общая лингвистика / Пер. с фр. – М. : Прогресс, 1975. – С. 447
2. Дейк Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация / Пер. с англ. – М. : Прогресс, 1989. – С. 312.
3. Ильинский С. Энциклопедический словарь PR и рекламы. Часть I. PR. Реклама. / С. Ильинский [Эл. издание]. – Режим доступа : Маркетинг [http://www.koob.ru/ilyinskiy\\_s\\_v/enc\\_slovar\\_reklami\\_1](http://www.koob.ru/ilyinskiy_s_v/enc_slovar_reklami_1) – С. 46.
4. Кохтев Н., Розенталь Д. Слово в рекламе. – М. : Экономика, 1978. – С. 68.
5. Пухкал О., Дикий О. Політичний маркетинг // Вісник Акад. прав. і соц. відносин Федер. профспілок України. – 2002. – С. 37.
6. Радунські П. Проведення виборчої кампанії – форма виборчої комунікації // Політичні партії в демократичному суспільстві. Спецвипуск. – К. : Англійський центр політичного менеджменту, 2005. – С. 97-98.
7. ТАРАСОВ 1974 – Тарасов Є. Ф. Психологічні особливості мови реклами // Психолінгвістическіе проблеми масової комунікації. – М. : Наука, 1974. – С. 80-96.
8. Тодоров Ц. Понятие литературы // Семиотика. – М. : Радуга, 1983. – С. 355-369.
9. Фуко, М. Мысль о Внешнем // Современные стратегии культурологических исследований: Труды Ин-та европейских культур. Вып. 2. М. : РГГУ, 2008. – С. 318-347.
10. Goddard A. The Language of Advertising. – London, 1998. – P. 87-89.

Ветрова І. М.,

Рівненський державний гуманітарний університет, м. Рівне

## ФУНКЦІОНУВАННЯ ЕЛІПТИЧНИХ РЕЧЕНЬ В АНГЛІЙСЬКОМУ ХУДОЖНЬОМУ ТЕКСТІ

Стаття присвячена дослідженню структури та функцій еліптичних речень англійської казки Роальда Даля «Чарлі та шоколадна фабрика». Особлива увага звертається на закономірності структурної організації еліптичних речень, їх стилістичний потенціал.

**Ключові слова:** еліптичне речення, художній текст.

Статья посвящена исследованию структуры и функций эллиптических предложений англоязычной сказки Роальда Даля «Чарли и шоколадная фабрика». Особое внимание уделено закономерностям структурной организации эллиптических предложений, их стилистический потенциал.

**Ключевые слова:** эллиптическое предложение, художественный текст.

The article focuses on the analysis of structure and functions of elliptical sentences in a tale «Charlie and the Chocolate Factory» by Roald Dahl. Structural peculiarities of various types, their stylistic functions are described in the work.

**Key words:** elliptical sentences, works of fiction.

**Постановка наукової проблеми та її значення.** Синтаксис є одним із найважливіших засобів стилетворення, адже «саме в синтаксичній будові мови закладені особливо великі можливості для стилістики» [5, с. 134]. Дослідження синтаксичної будови мови є одним із пріоритетних напрямків лінгвостилістики, а поняття «стилістичний синтаксис» та «експресивний синтаксис» стали важливою частиною теорії мови й лінгвістичного дослідження художнього твору.

До експресивних синтаксичних засобів належать еліптичні речення, під якими розуміють речення з пропущеним словом чи словосполученням, зрозумілим з контексту або з конкретної ситуації [8, с. 75]. Окремим аспектам вивчення еліпсиса присвячені наукові праці В. Г. Александрової [1], Л. Р. Безуглої [2], В. В. Богатько [3; 4], проте вивчення особливостей функціонування еліптичних речень в англійській казці Роальда Даля «Чарлі та шоколадна фабрика» досі залишалося поза увагою науковців, що підтверджує актуальність роботи.

**Об'єкт дослідження** – еліптичні речення в англійській казці Роальда Даля «Чарлі та шоколадна фабрика».

**Предметом вивчення** є структура та функції еліптичних речень казки.

Матеріалом дослідження слугували 200 еліптичних речень, дібраних з англійського твору Роальда Даля.

Для здійснення аналізу використовувалися методи структурно-граматичного, семантико-синтаксичного, лінгвостилістичного аналізу.

**Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження.** У художньому творі конструкції емоційно-експресивного синтаксису мають надзвичайні стилістичні можливості. За словами В. В. Богатько, «їхня специфіка полягає в тому, що вони у своїй семантичній структурі містять додатковий компонент значення і за своєю синтаксичною організацією відрізняються від одиниць емоційно-нейтрального синтаксису. Та сама синтаксична структура може слугувати для вираження кількох зовсім різних емоційно-експресивних значень» [4, с. 7].

Еліпсис як конструкція емоційно-експресивного синтаксису є явищем синтаксичної деривації, заснованим на процесі усичення матеріальних компонентів речення на принципах ергономіки мовлення, та пов'язаним із прагненням мовної особистості до гармонізації своїх мовленнєвих повідомлень шляхом їх розукрупнення [1, с. 18]. Еліптичні речення, незважаючи на пропуск певного елемента, не потребують ні контексту, ні ситуації для передачі інформації, вона вичерпно виражається всією конструкцією речення в цілому. Такі речення самостійно функціонують у мові, а уявлення про неназваний член впливає зі змісту речення [7, с. 348].

Аналіз еліптичних речень англійської казки Р. Даля виявив такі приклади використання еліпсиса (значок Ø)

а) **підмета та присудка:** 1) *'You're blowing up like a balloon!'* 'Ø Ø Like a blueberry,' said Mr Wonka [10:31] ← *'You're blowing up like a blueberry?'* 2) *'You do know we don't have a hope, don't you?'* 'Yes, Ø Ø' 'Charlie said [10:13] ← *'Yes I do;*

б) **підмета, присудка та додатка:** 1) *'He gives her anything she wants! Ø Ø Absolutely anything!'* [10:17] ← *'He gives her absolutely anything;'* 2) *'And Grandpa Joe said, 'You mean to say I've never told you about Mr Willy Wonka and his factory?'* 'Ø Ø Never Ø Ø, answered little Charlie [10:4] ← *'You have never told me;*

в) **допоміжного дієслова:** 1) *'Ø You like it?'* asked Mr Wonka [10:27] ← *'Do you like it?';* 2) *'Ø You think so?'* cried Mr Wonka [10:43] ← *'Do you think so?';* 3) *'And who Ø got the fourth Golden Ticket?'* Charlie asked [10:11] ← *'And who has got the fourth Golden Ticket?';*

г) **допоміжного дієслова та підмета:** 1) *'Why Ø Ø use squirrels?'* [10:36] ← *'Why do you use squirrels?';* 2) *'Mike Teavee asked. 'Why Ø not Ø use Oompa-Loompas?'* [10:36] ← *'Why do not you use Oompa-Loompas?';*

р) **допоміжного дієслова, підмета та присудка:** *'And do you like my trees?'* he cried, pointing with his stick. *'And Ø Ø my lovely bushes?'* [10:21] ← *'And do you like my lovely bushes?';*

д) **дієслова-зв'язки складного іменного присудка:** *'How dare you laugh like that when my boy's just gone up the pipe! You Ø monster!'* [10:26] ← *'You are monster!';* *'An important room, this Ø!'* [10:20] ← *'An important room this is!';*

е) **підмета та дієслова-зв'язки складного іменного присудка:** 1) *'I'm so glad! Ø Ø So happy for you'* [10:19] ← *'I am so happy for you!';* 2) *'Then save her!'* cried Mrs Salt. *'Ø Ø Too late,'* said Mr Wonka [10: 37] ← *'It is too late;'*

є) **повнозначної частини присудка:** 1) *'Will you tell me now, Grandpa Joe, please?'* *'I certainly will Ø'* [10:4] ← *'I certainly will tell;'* 2) *'Don't you think you ought to go?'* 'Well ... no ... *'I'm not so sure that I shouldØ.'* 'But you must Ø' [10:16] ← *'I should go; But you must go.'*

Як свідчать приклади, автор використовує еліптичні речення для імітації розмовно-побутового мовлення, яке відзначається обов'язковою емоційною забарвленістю [6, с. 157], є здебільшого спонтанним, тобто безпосереднім, непідготовленим. Його компонентами є позамовні елементи – міміка, жести, конкретна ситуація, наявність чи відсутність об'єкта мовлення» [7, с. 17], які сприяють досягненню комунікативної мети. Оскільки еліптичні речення з'являються у конкретній прагматичній ситуації, читач, спираючись на лінгвістичні пресупозиції, з легкістю може спрогнозувати значення еліптованого компонента фрази. Так, у прикладі: *'How far d'you think he'll stretch?' asked Mr Teavee. 'Maybe miles,' said Mr Wonka* [10, с. 50] читач з легкістю розуміє, що у відповіді автор має на увазі – *Maybe he'll stretch for miles*.

Дистрибуція еліптичних речень у творі «Чарлі та шоколадна фабрика» Р. Даля вказує на те, що діалогічне мовлення є основною сферою використання мовленнєвого еліпсу і, таким чином, сприяє яскравому відтворенню духу живого мовлення у тексті: *'What are you going to do?' cried Charlie. 'I'm going right on in to fetch them,' said Mr Wonka. 'How?' asked Grandpa Joe. 'Through the roof,' said Mr Wonka, pressing another button* [10, с. 50].

Наведені приклади демонструють, що у діалозі спостерігається поєднання декількох реплік, які утворюють лексико-синтаксичну єдність. Ввідна репліка, часто представлена питальним реченням, передбачає певну структурну будову відповіді, неповнота якої не перешкоджає розумінню, а навпаки сприяє усуненню тавтології. Таким чином, синтаксична організація діалогу значно виокремлює його із суцільного тексту казки, розвантажує сторінку, оскільки його метою є відображення безпосереднього спілкування людей.

Незважаючи на те, що еліптичні конструкції характеризуються конденсацією інформації, для них властивим є високий рівень стилістичного потенціалу. Еліптичні речення виконують функцію економії, усуваючи тавтологію, сприяють лаконізму оповіді, її точності й експресивності і водночас виконують особливу характеристичну функцію, суть якої полягає в соціальній та психологічній характеристиці мовця [4, с. 3].

Так, наприклад, еліптичні речення доволі часто слугують засобом вираження невдоволення, обурення та нетерплячості мовця, що яскраво описує його надмірну емоційність та запальний характер: 1) *'Beastly girl,' said Grandma Josephine*; 2) *'What a revolting woman,' said Grandma Josephine. 'And what a repulsive boy,' said Grandma*. Використання еліптичних речень у вищенаведених прикладах свідчить про прагнення автора додати оповіді спонтанності, динамізму та експресії.

Аналіз фактичного матеріалу свідчить, що найпоширенішими моделями еліпсиса є випущення підмета та дієслова-зв'язки (36,1%), випущення підмета та присудка (15,1%), а також випущення допоміжного дієслова (14,1%).

Пояснити частоту вживання тих чи інших еліптичних моделей доволі складно. Зрозумілим є лише той факт, що періодичність їх вживання безпосередньо пов'язана з емоційністю мовця, місця та обставин за яких відбувається розмова. Так, значно менш продуктивними є моделі еліпсиса допоміжного дієслова, підмета та присудка (7%) та еліпсиса підмета, присудка та додатка (5%).

Отже, при значній економії структурних компонентів еліптичні речення залишаються інформативно достатніми одиницями, оскільки їх структурна неповнота компенсується семантикою присутніх компонентів. Скорочення довжини речення лише сприяє його високій акцентній, інтонаційній, смисловій концентрації, підвищує експресивність та активізує увагу читача.

### Література:

1. Александрова В. Г. Когнітивно-комунікативний потенціал еліптичного речення в сучасній англійській мові: автореф. дис. ... канд. філол. наук: спец. 10.02.04 «Германські мови» / В. Г. Александрова. -Безуглая Л. Р. К проблеме классификации эллипсиса (на материале немецкого языка) / Л. Р. Безуглая // Нова філологія. – 2005. – № 2 (22). – С. 10-16.
2. Богатько В. В. Еліптичні речення як різновид неповних структур / Богатько В. В. // Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського. Серія: Філологія: [збірник наукових праць]. – Вінниця: Вид-во ВДПУ, 2003. – Випуск 5. – С. 11-14.
3. Богатько В. В. Явища еліпсиса в мові сучасної публіцистики: автореф. дис. ... канд. філол. наук: спец. 10.02.01 «Українська мова» / В. В. Богатько. – Київ, 2005. – 21 с.
4. Ващенко В. С. Стилістичні явища в українській мові. Частина перша [Текст] / В. С. Ващенко. – Харків: Вид-во ХДУ, 1958. – 228 с.
5. Кухаренко В. А. Інтерпретація тексту: [навч. посіб. для студ. старших курсів фак. англ. мови] / В. А. Кухаренко. – Вінниця : НОВА КНИГА, 2004. – 272 с.
6. Пономарів О. Д. Стилістика сучасної української мови: [підручник]. – Тернопіль : Навчальна книга. – Богдан, 2000. – 248 с.
7. Словник лінгвістичних термінів [уклад. Д. І. Ганич, І. С. Олійник]. – К. : Вища школа, 1985. – 360 с.
8. Сучасна українська літературна мова: [підручник] / [за ред. М. Я. Плющ]. – К. : Вища шк., 2006. – 430 с.
9. Dahl R. Charlie and the Chocolate Factory [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: [http://www.fictionbook.ru/author/dahl\\_roald/charlie\\_1\\_charlie\\_and\\_the\\_chocolate\\_factory...](http://www.fictionbook.ru/author/dahl_roald/charlie_1_charlie_and_the_chocolate_factory...) 7/31/2006

Винник О. Ю.,

Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів

## ОБРАЗНІСТЬ У СУЧАСНОМУ АНГЛОМОВНОМУ ДИСКУРСІ ПРОГРАМУВАННЯ

У статті запропоновано аналіз функціонування образних елементів у сучасному англomовному дискурсі програмування. Виявлено, що образні одиниці, зокрема, метафори та порівняння, виконують у цьому типі дискурсу функцію пояснення та популяризації професійного знання.

**Ключові слова:** англomовний дискурс програмування, образність, метафора, порівняння.

В статье предложен анализ функционирования образных элементов в современном англоязычном дискурсе программирования. Обнаружено, что образные единицы, в частности, метафоры и сравнения, выполняют в этом типе дискурса функцию разъяснения и популяризации профессионального знания.

**Ключевые слова:** англоязычный дискурс программирования, образность, метафора, сравнение.

The paper proposes analysis of functioning of figurative expressions in modern English programming discourse. The study has revealed that the function of figurative language, in particular, metaphor and simile, in this type of discourse consists in explanation and popularization of professional knowledge.

**Key words:** English programming discourse, imagery, metaphor, simile.

Однією з найперспективніших і впливових у сучасному вітчизняному мовознавстві є когнітивно-комунікативна парадигма, центральною одиницею вивчення якої є *дискурс*. Цим і пояснюється незмінний інтерес вітчизняних лінгвістів до проблеми аналізу різних типів дискурсів, зокрема, тих, що стосуються професійної діяльності людини (див., напр., [Ананко 2007, Біскуб 2009, Васік 2008, Вострова 2003, Колеснікова 2009, Шукало 2008, Юшковець 2008]).

Об'єктом вивчення у цій статті є сучасний англomовний дискурс програмування, який на сьогодні усе ще залишається маловивченим типом мовленнєвої комунікації. Дослідження спрямовано на аналіз функціонування образних елементів у цьому виді професійного дискурсу. Фактичним матеріалом послуговували 8 англomовних навчальних книг з програмування за 1993 – 2009 роки.

Основою традиційного підходу є думка про те, що для професійного дискурсу специфічною властивістю є структурованість, логічна аргументованість й об'єктивність викладу спеціальної інформації. Тому нестандартність її презентації, поширення емоційно забарвлених елементів тощо є явищами контрастними, небажаними [Колеснікова 2009]. Тим часом навіть поверхневий аналіз текстів англomовного дискурсу програмування дозволяє виявити в них велику кількість іншостильових та індивідуально-авторських елементів, зокрема, тропів. Основою образності в аналізованих текстах переважно виступає аналогія, тобто схожість предметів чи явищ за якимись ознаками. Одним із загальновідомих її мовних втілень є *метафора*. У текстах англomовного дискурсу програмування метафора виконує функцію роз'яснення складних професійних понять на базі їх схожості з предметами й явищами нашого повсякденного життя. У наведеному нижче прикладі

*Iterators are the glue that holds containers and algorithms together.* [Stroustrup 1997, p. 549].

ітератори ототожнюються з клеєм на основі схожості виконуваних ними функцій. Метафора виконує у цьому реченні характеризуючу функцію та займає предикатну позицію.

За структурною організацією метафори в англomовному дискурсі програмування поділяються на *прості*, у яких план вираження представлений однією одиницею, та *розгорнуті* (метафоричні ланцюжки), які об'єднують у своєму складі групу тематично зв'язаних простих метафор. Наведемо приклад, який добре ілюструє поняття розгорнутої метафори:

*Yes, I think object-oriented programming is a religion. I've seen programming religions come and go: structured programming, modular programming, top-down programming. Each religion has its obvious merits; none is complete, permanent or perfect. Some people are more easily saved than others; I've seen enough of these religions rise and fall to have developed some cynicism about them, despite their attractions. It's the too easily saved souls with messianic gleam in their eyes and an utter lack of practical experience, who scare me.* [Heller 1993, p. 70].

Це чотиричленна розгорнута метафора, представлена словами «релігія» (*religion*), «рятувати» (*to save*), «душа» (*soul*) та «месіанський» (*messianic*). Центральним образом у ній є релігія, референтом якої є деякий стиль програмування (об'єктно-орієнтоване програмування, структурне, модульне тощо), все решта становить метафоричну розгортку.

Відповідно до тематичної співвіднесеності порівняння, що лежить у його основі, образні метафори в англomовному дискурсі програмування можна умовно поділити на більш чи менш значні за об'ємом тематичні групи, наприклад, метафори антропоморфні, «архітектурно-будівельні», «географічні», «кулінарні», «автомобільні», «філософсько-релігійні» тощо.

*Антропоморфні метафори* – це метафори, в основі яких лежить уподібнення людині, наділення людськими психічними якостями елементів програмного забезпечення та процесу його розробки. Як засвідчує аналіз мовного матеріалу, практично будь-який компонент процесу програмування, реальний чи абстрактний, може поводити себе як людина: розмовляти (*If certain areas are at risk of failing to meet their goals, the architecture should say so.* [McConnell 2004, U3, p. 26]), щось (не)знати (*The compiler knows where to find this and other system files* [Pohl 2002, p. 4], *Because the compiler does not know the meaning of a userdefined +,...* [Stroustrup 1997, p. 265]), нервуватися (*the C compiler is very fussy about casting.* [Heller 1993, p. 9]), нагадувати (*The compiler diagnostics reminded me that*

*I had to copy the new function prototypes to IMAGE3. H; ...* [Heller 1993, p. 30]), самостійно вирішувати й мати власні бажання (*Objects can even decide at runtime whether they want to be kept informed.* [Freeman 2004, p. xii]) тощо.

Антропоморфність, тобто надавання неживим предметам властивостей мислячих людських істот, набула значного поширення у сучасних науково-технічних, зокрема, комп'ютерних науках. Ставлення до комп'ютера як до живої істоти давно стало звичним для тих, хто постійно користується ним у повсякденній побутовій та професійній практиці. У сучасному дискурсі програмістів ми спостерігаємо подальше розгортання концептуальної метафоричної моделі «Комп'ютер – це людина» у напрямку наділення людськими емоціями, думками, мовою елементів, які мають відношення до програмного забезпечення комп'ютера та його розробки.

«Архітектурно-будівельні» метафори – це метафори, джерелом яких є сфера архітектури та будівництва:

*If people had infinite time, resources and space to build physical structures, you would see incredible sprawling buildings with one room for each shoe and hundreds of rooms. This is how software is developed.* [McConnell 2004, U 5, p. 4]

«Географічні» метафори – це метафори, сферою походження яких є географія. Наведений нижче приклад ілюструє типовий випадок вживання цих метафор, а саме, представлення навчального процесу з програмування чи самого процесу розробки програмного забезпечення як нелегкої подорожі по незнайомій місцевості у супроводі провідника, що ним є сам автор:

*It's been quite a trip. Here we are in the promised land of 32-bit programming, revealing in Windows NT and Win32s. It's a shame that we have to keep returning to the old world of 16-bit programming to visit our relatives who still live in plain Windows.* [Heller 1993, p. 441]

«Кулінарні» метафори – це метафори, джерелом яких є галузь кулінарії. Наприклад, говорячи про розробку програмного забезпечення з інтерфейсами, що взаємодіють між собою, автор книги «Interface-Oriented Design» постійно звертається до тем, пов'язаних з піцою (за нашими підрахунками слово «піца» вжито у книзі 372 рази). У наступному прикладі автор використав аналогію з піцою для того, щоб проілюструвати властивості та дії, які можна застосувати до об'єкта класу:

If you were making a pizza yourself, rather than ordering one, you might have a class like this:

```
class SimplePizza
set_size(Size)
set_topping(Topping)
Size get_size()
Topping [] get_toppings()
make()
```

*At the completion of the make() method, a SimplePizza is ready for your eating pleasure.* [Pugh 2006, p. 62].

«Автомобільні» метафори – це метафори, джерелом яких є галузь автомобілебудування, наприклад:

*One way to think about a car is as a collection of wheels, doors, seats, windows, and so forth. Another way is to think about what a car can do: It can move, speed up, slow down, stop, park, and so on. A class enables you to encapsulate, or bundle, these various parts and various functions into one collection, which is called an object.* [Liberty 2006, Day 6].

У наведеному прикладі значення таких базових понять об'єктно-орієнтованого програмування, як «клас» (*class*) та «об'єкт» (*object*), пояснюється на прикладі різних деталей та дій машини.

«Філософсько-релігійні» метафори – це метафори, джерелом яких є філософія та релігія. Наприклад, назва першого розділу книги «A Project Guide to UX Design» звучить як *The Tao of UXD* (укр. *Дао проектування досвіду взаємодії*). *Дао* – одне з центральних понять китайської філософії; першооснова світу. У розділі автор роз'яснює суть базового поняття книги, а саме, проектування досвіду взаємодії, та його важливість.

Згідно з традиційним підходом, образна метафора є авторською, унікальною. Вона не переходить у словник, що підтверджує її динамічність і зв'язок з індивідуальною картиною світу, тобто з особистісним тезаурусом носія мови. Саме тому образну метафору не завжди можна легко розгадати або ж вони дають привід для різної їх інтерпретації [Телия 1988]. У художній літературі образна метафора виконує емоційно-естетичну, декоративну функцію. У науковому дискурсі метафори виступають передовсім у функції популяризації наукового знання та роз'яснення значення наукових понять, тому їх ще називають педагогічними, пояснювальними, дидактичними [Москвин 2000, с. 72]. При цьому метафора тісно сплітається з усією структурою наукового тексту і, як наслідок, допускає лише однозначне тлумачення, що відрізняє її від можливості широкого тлумачення в художньому творі [Дядюра 2001, с. 10]. Функції метафори у професійному дискурсі схожі на її функції у дискурсі науковому. Це однак не означає, що, потрапивши у спеціальний текст, метафора втрачає свою образність. Навпаки, образна метафора в професійному дискурсі – це ніби яскравий штрих на сірому тлі серйозних фактів і гіпотез; це своєрідна призма, яка перетворює наповнені незрозумілим змістом складні об'єкти, процеси, явища в усім відомі й звичні речі.

*Образне порівняння* – фігура мовлення, що полягає у зіставленні одного предмета або явища з іншим на основі деякої спільної для них ознаки. Як і образні метафори, порівняння в англомовному дискурсі програмування переважно виконують функцію пояснення, наприклад:

*A class is a lot like an iceberg: Seven-eighths is under water, and you can see only the one-eighth that's above the surface.* [McConnell 2004, U5, p. 22].

У цьому прикладі автор влучно порівнює клас з айсбергом. В основі порівняння лежить той факт, що більшість аспектів проектування чи конструювання класу є недоступними, «невидимими» для інших класів. Порівняння вербалізується у значенні апроксиматора-порівнювача *a lot like* і слугує для вираження відносної подібності між предметами.

Порівняння має багато спільного з метафорою. Однак між ними існує низка відмінностей. Наприклад, порівняння у своєму класичному варіанті тричленне (А схоже з В за ознакою С), тоді як метафора – двочленна (А є В).

Порівняння вказує на схожість двох об'єктів незалежно від того, чи ця схожість постійна чи тимчасова, дійсна чи уявна, обмежена одним аспектом чи глобальним, тоді як метафора виражає постійну ознаку предмета тощо.

Типова сфера функціонування образних засобів – розмовно-побутове та літературне мовлення. Цілком очевидно, що їх поява в англomовному дискурсі програмування пов'язана з намаганням автора полегшити читачеві складний інтелектуальний процес опанування знаннями в галузі програмування, «розвантажити» мозок адресата, переключивши його увагу на теми, що не мають безпосереднього відношення до програмування, а також вплинути на емоції читача, розвеселити, розважити його для того, щоб вивчення програмування принесло не лише користь, але й задоволення.

Проведене дослідження окреслює нові ракурси аналізу професійного дискурсу в плані функціонування у ньому позажанрових та іншостильових елементів. Подальші наукові розвідки можуть бути спрямовані на більш детальне висвітлення структурно-композиційної та смислової специфіки реалізації категорії образності в англomовному дискурсі програмування, а також в інших видах професійного дискурсу на матеріалі різних мов.

#### Література:

1. Ананко Т. Р. Англomовний корпоративний дискурс: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.04 «Германські мови» / Ананко Тетяна Рудольфівна; Харк. нац. ун-т ім. В. Н. Каразіна. – Х., 2007. – 20 с.
2. Біскуп І. П. Англomовний дискурс програмного забезпечення як модель мовленнєвої взаємодії людини й комп'ютера: монографія / І. П. Біскуп. – Луцьк: Волин. нац. ун-т ім. Л. Українки, 2009. – 388 с. – ISBN 978-966-600-473-7.
3. Васік Ю. А. Ритмічна організація англomовного політичного дискурсу (експериментально-фонетичне дослідження на матеріалі промов сучасних політиків Великої Британії): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.04 «Германські мови» / Васік Юлія Анатоліївна; Донец. нац. ун-т. – Донецьк, 2008. – 19 с.
4. Вострова С. В. Лінгвокогнітивні та комунікативно-прагматичні особливості сучасного англomовного медичного дискурсу (на матеріалі медичних текстів з проблематики ВІЛ/СНІДу): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.04 «Германські мови» / Вострова Світлана Володимирівна; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – К., 2003. – 20 с.
5. Дядюра Г. М. Функціональні параметри образності в науковому стилі (на матеріалі текстів природничих та технічних наук): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.01 «Українська мова» / Дядюра Галина Миколаївна; Ін-т укр. мови НАН України. – К., 2001. – 22 с.
6. Колеснікова І. А. Лінгвокогнітивні та комунікативно-прагматичні параметри професійного дискурсу: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра філол. наук: спец. 10.02.15 «Загальне мовознавство» / Колеснікова Ірина Анатоліївна; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Ін-т філології. – К., 2009. – 32 с.
7. Москвин В. П. Русская метафора: параметры классификации / В. П. Москвин // Филологические науки. – 2000. – № 2. – С. 66-74.
8. Телия В. Н. Метафоризация и её роль в создании языковой картины мира // Роль человеческого фактора в языке. Язык и картина мира / отв. ред. Б. А. Серебrenников. – М., 1988. – С. 173-203. – ISBN 5-02-010880-4.
9. Шукало І. М. Англomовний комп'ютерний рекламний дискурс: семантичний та комунікативний аспекти (на матеріалі веб-сайтів британських туристичних компаній): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.04 «Германські мови» / Шукало Ірина Миронівна; Київ. нац. лінгв. ун-т. – К., 2008. – 20 с.
10. Юшковець І. А. Комунікативні стратегії і тактики в політичному дискурсі канцлерів ФРН (на матеріалі урядових заяв і політичних виступів): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.04 «Германські мови» / Юшковець Інна Анатоліївна; Донец. нац. ун-т. – Донецьк, 2008. – 20 с.

#### Список джерел ілюстративного матеріалу:

1. Freeman E., Robson E., Bates B., Sierra K. Head First Design Patterns / Eric Freeman, Elisabeth Robson, Bert Bates, Kathy Sierra. – O'Reilly Media, 2004. – 678 p. – ISBN 0-596-00712-4.
2. Heller M. Advanced WIN32 Programming / M. Heller. – John Wiley & Sons, Inc., 1993. – 463 p. – ISBN 0-471-59245-5.
3. Liberty J. Sams Teach Yourself C++ in 21 Days / J. Liberty. – 4th. ed. – Sams, 2006. – 912 p. – ISBN 0-7686-5751-2.
4. McConnell S. Code complete: a practical handbook of software construction / S. McConnell. – Redmond, Wash. : Microsoft Press, 2004. – 960 p. – ISBN 0-735-61967-0.
5. Pohl I. C++ by Dissection / I. Pohl. – Addison-Wesley, 2002. – 501 p. – ISBN 0-201-74396-5.
6. Pugh K. Interface Oriented Design / K. Pugh. – The Pragmatic Programmers LLC, 2006. – 240 p. – ISBN 0-9766940-5-0.
7. Stroustrup B. The C++ Programming Language / B. Stroustrup. – 3rd. ed. – AT&T Labs, 1997. – 912 p. – ISBN 0201889544.
8. Unger R., Chandler C. A Project Guide to UX Design: For User Experience Designers in the Field or in the Making / R. Unger, C. Chandler. – New Riders Press, 2009. – 288 p. – ISBN 0-321-60737-6.



Гончарук С. В.,

Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки, м. Луцьк

## ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПРОСТОРОВИХ ІМЕННИКІВ-АНТОНІМІВ З ДЕТЕРМІНАТИВАМИ В ТЕКСТАХ ХУДОЖНЬОЇ ПРОЗИ

*Стаття присвячена дослідженню функціонування просторових іменників-антонімів з детермінативами. Автор аналізує особливості сполучуваності членів антонімічних пар в моделі dN.*

**Ключові слова:** функціонування, антоніми, детермінатив, модель.

*Статья посвящена исследованию функционирования пространственных антонимов-имён существительных с детерминативами. Автор анализирует особенности сочетаемости членов антонимических пар в модели dN.*

**Ключевые слова:** функционирование, антонимы, детерминатив, модель.

*The article is devoted to the investigation of functional characteristics of spatial nouns-antonyms. The author analyses the combinability peculiarities of the members of antonymous pairs in the pattern dN.*

**Key words:** functioning, antonyms, determinative, pattern.

**Постановка наукової проблеми та її значення.** Характерною рисою лінгвістики кінця ХХ століття є функціональний підхід до мови в цілому, до її рівнів, одиниць та категорій. Цей підхід дає можливість досліджувати об'єкт не з погляду його внутрішньої будови, а з погляду функціонування об'єкта, його зв'язків у контексті. В такий спосіб всебічно досліджується типологія одиниць різних рівнів.

На сучасному етапі лінгвістичного дослідження значну увагу дослідників продовжують привертати функціонування детермінативів як особливого компоненту речень. **Актуальною** залишається необхідність з'ясувати функціональні особливості детермінативів.

**Метою** нашої роботи є всебічне дослідження функціональних особливостей детермінативів з просторовими іменниками-антонімами.

**Об'єктом** нашого дослідження обрані просторові іменники, які за даними укладників «Частотного словника сполучуваності» входять до першої тисячі найчастотніших англійських слів [3]. Це іменники: bottom, east, north, south, top, west. **Матеріалом** для дослідження слугувала вибірка з текстів художньої прози сучасних англомовних письменників.

**Виклад основного матеріалу та обґрунтування отриманих результатів дослідження.** З метою уточнення семантичної структури досліджуваних нами слів були використані тлумачні словники, оскільки саме вони дають повну інформацію про структуру слова. В процесі нашого дослідження були проаналізовані такі тлумачні словники: Longman Active Study Dictionary (далі – LD); A. S. Hornby Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English (далі – HD); Oxford Advanced Learner's Encyclopedic Dictionary (далі – OD); Webster's II New College Dictionary (далі – WD).

За даними цих словників встановимо частку семи простору, яка визначається шляхом поділу кількості значень іменника, що включають семи простору, на загальну кількість його значень. Величина обраховується у відсотковому відношенні. Відповідно до проведених підрахунків частка семи простору в досліджуваних словниках становить:

bottom – 71,14 (HD), 71,14 (LD), 77,77 (OD), 58,30 (WD);

east – 100 (HD), 100 (LD), 100 (OD), 100 (WD);

north – 100 (HD), 100 (LD), 100 (OD), 100 (WD);

south – 100 (HD), 100 (LD), 100 (OD), 100 (WD);

top – 71,14 (HD), 75 (LD), 75 (OD), 83,30 (WD);

west – 100 (HD), 100 (LD), 100 (OD), 100 (WD).

Як бачимо, частка семи простору коливається від словника до словника. Для подальшого аналізу доцільним буде визначити ступінь усталеності (Р), який визначається як різниця між максимальним та мінімальним значеннями частки семи простору. Чим меншим буде показник Р, тим стійкішою буде характеристика досліджуваної семи у словниках.

Проведені обчислення показали, що частка семи простору змінює свої показники від 58,30 % до 100 %. Розподілимо іменники відповідно до ступеня усталеності частки семи простору на 5 груп. Результати поділу подані в таблиці 1.

Таблиця 1  
Розподіл іменників за ступенем усталеності частки семи простору

Ступінь усталеності	Пороги величини Р	Іменники
Максимальний	0	east, west, south, north
Високий	1,0 – 16,6	top
Середній	16,7 – 33,3	bottom
Низький	33,4 – 50,0	
Мінімальний	100	

Цікаво відмітити, що майже усі досліджувані просторові іменники, члени антонімічних пар, перебувають у одній зоні усталеності (крім top – bottom). Отже, усі досліджувані просторові іменники мають стійку характеристику в аналізованих словниках.

Перш ніж досліджувати функціонування антонімів у мовленні, необхідно уточнити, які саме лексико-семантичні варіанти досліджуваних слів характеризуються протилежністю в значеннях. Протилежність у значеннях ЛСВ можна знайти за допомогою колективної інтуїції носіїв мови, з точки зору яких мовні елементи «відштовхуються, протиставляються, здаються далекими» [1, с. 65]. Інший шлях визначення протилежності значень, яким вирішили піти і ми, – це порівняння семантичної структури слів на основі тлумачних словників за допомогою компонентного аналізу.

На основі методики компонентного аналізу антоніми визначаються як слова з диференційно протилежними ознаками, що мають у своєму складі спільну семантичну ознаку [2, с. 87]. Отже, головною й обов'язковою умовою антонімії визнається наявність у семантичній структурі двох слів як спільних, так і контрарних сем. Загальним результатом стала наявність у лексичному значенні компонентів антонімічних пар певного набору архі– та диференційних сем. Аналізувались усі, а не лише протиставлені значення компонентів. Варіанти одного лексичного значення нами розглядалися як окремі, незалежні ЛСВ слова, оскільки часто саме вони репрезентують різні категорії дійсності.

Оскільки семантична структура та співвіднесеність ЛСВ слів, що протиставляються різні, то зробимо підрахунки попарної близькості досліджуваних слів. З цієї метою нами був вирахований коефіцієнт попарної близькості лексичних одиниць, який визначається за формулою:

$$V = 2c / m+n,$$

де  $V$  – коефіцієнт попарної близькості;

$c$  – кількість лексико-семантичних варіантів, тобто окремих значень багатозначного слова, що протиставляються;

$m, n$  – загальна кількість лексико-семантичних варіантів (які встановлюються за словником) кожного слова.

Таблиця 2  
Коефіцієнт попарної близькості досліджуваних іменників

Антонімічна пара іменників	OD	WD	LD	HD	V
top – bottom	0,59	0,23	0,25	0,29	0,34
east – west	0,50	0,67	0,67	0,50	0,59
south – north	0,67	0,67	0,40	1,0	0,69

Як показують дані таблиці 2, середній показник  $V$  у досліджуваних іменників коливається від 0,34 до 0,69. За даними середнього показників коефіцієнта попарної близькості встановимо пороги за якими проведемо аналіз:

$V$  високий – від 0,81 до 1,0;

$V$  вище середнього – від 0,61 до 0,80;

$V$  середній – від 0,41 до 0,60;

$V$  нижче середнього – від 0,21 до 0,40;

$V$  низький – від 0 до 0,20.

Більшість досліджуваних нами пар мають середній показник коефіцієнта попарної близькості. Низького показника  $V$  не спостерігаємо. Нижчий за середній показник  $V$  характеризує антоніми top– bottom як такі, особливою семантичної структури яких є велика кількість значень та індивідуалізуючи сем.

Отже, визначення показника коефіцієнта попарної близькості підтвердило, що слова, відібрані нами для аналізу, протиставляються в певних компонентах значення слова.

Відібрані для дослідження антонімічні пари були також зафіксовані в словниках синонімів та антонімів сучасної англійської мови.

Однією з типових моделей дослідження функціонування іменників є модель  $dN$ , яка відображає сполучення іменників з детермінативами. Результатом цього зв'язку є ядерна модель, де в ролі ядра виступають досліджувані просторові іменники-антоніми. Під детермінативами розуміють семантичний знак, індикатор, який вживається при записі слова як додатковий до основного фонетичного знака для більш однозначного прочитання й розуміння [4: 131]. Класифікацію детермінативів вперше запровадив Г. Палмер, який відніс до цієї категорії слів: 1) артиклі; 2) кількісні та числові детермінативи; 3) посесійні (присвійні) детермінативи; 4) порядкові детермінативи.

Аналіз емпіричних даних показав, що на нашому матеріалі зафіксовано 1372 сполучень з 10 детермінативами.

Таблиця 3  
Частота та поширеність детермінативів з досліджуваними іменниками

детермінатив	south	north	east	west	top	bottom
the	152	210	118	118	452	277
a	1	1	2	1	8	4
its					7	2
that		2			1	
this				1		
his					1	1

my				1	1	
her					1	2
their					2	2
your					1	1
any	2					
всього	155	213	120	121	474	289

Визначимо ядро, основну систему та периферію наповнення моделі dN. У ядро (75% досліджених сполучень) увійшов означений артикль. Усі інші детермінативи нами віднесені до периферії.

Для того, щоб порівняти сполучуваність з детермінативами члена кожної антонімічної пари проведемо визначення коефіцієнта попарної близькості Q, який визначається як відсоткове відношення між ознаками, які є спільними для двох порівнювальних масивів до загальної кількості ознак. Порівняння проведемо в масивах ядра, основної системи та периферії.

Таблиця 4

*Коефіцієнт попарної близькості сполучуваності просторових іменників-антонімів з детермінативами*

антонімічна пара	ядро	основна система	периферія
south-north	100	100	50,0
east-west	100	100	33,33
top-bottom	100	100	75,0

Проведені підрахунки виявили 100 відсоткове співпадання сполучуваності досліджуваних іменників-антонімів з детермінативами в ядрі і основній системі.

Висновки і перспективи подальшого дослідження. Підводячи підсумки, можна стверджувати, що дослідження функціонування просторових іменників-антонімів з детермінативами підтвердило дію закону переваги, суть якого полягає в тому, що мовці віддають перевагу невеликій кількості сполучень, які мають високу частоту й несуть максимум функціонального навантаження. Встановлено, що просторові іменники-антоніми мають подібну, але не абсолютно еквівалентну сполучуваність, що є результатом семантичних подібностей з одного боку, й семантичних розбіжностей – з другого. Розбіжності в сполучуваності просторових іменників-антонімів визначаються асиметрією їх лексичних значень, фразеологічною зв'язаністю компонентів словосполучення та відмінною структурою лексичних значень. Окрім того, кожний член антонімічної пари має й індивідуальну сполучуваність.

Для продовження досліджень у сфері функціональних відношень варто залучити до аналізу й лексеми інших частин мови, що сприятиме поглибленню знань про комбінаторику антонімів.

#### Література:

1. Миллер Е. Н. Природа лексической и фразеологической антонимии. – Саратов : Изд-во Сарат. ун-та, 1990. – 220 с.
2. Сырбу Р. Семный анализ антонимов // Русский язык за рубежом. – 1975. – № 5. – С. 86-89.
3. Частотный словарь сочетаемости современного английского языка. Принципы составления словаря / Н. О. Волков, Р. З. Гинзбург, В. С. Перебейнос, С. С. Санкин. – Ч. I. – М. : МГПИИЯ, 1971. – 76 с.
4. Palmer F. C. A Grammar of Spoken English. – Cambridge, 1939. – 200 p.

**Gulivets N. O.,**  
Taurida National V. I. Vernadsky University, Simferopol

## MEN AND WOMEN IN POLITICAL COMMUNICATION

*У статті досліджуються стратегії та стилі, що використовуються чоловіками та жінками – політичними лідерами у промовах з метою вплинути та справити враження на аудієнцію. Наведені практичні приклади взяті з двох промов Уільяма Джефферсона Клінтона та Хілларі Родхем Клінтон.*

**Ключові слова:** політична комунікація, політична промова, чоловічий, жіночий, стереотип, мова.

*В статье исследуются стратегии и стили, используемые мужчинами и женщинами – политическими лидерами в произносимых речах с целью повлиять и произвести впечатление на слушающих. Приведенные практические примеры взяты из двух речей Уильяма Джефферсона Клинтона и Хиллари Родхем Клинтон.*

**Ключевые слова:** политическая коммуникация, политическая речь, мужской, женский, стереотип, язык.

*The offered paper studies strategies and styles employed by female and male political leaders in their speeches to influence and resonate with the public. Practical examples are drawn from two speeches delivered by William Jefferson Clinton and Hillary Rodham Clinton.*

**Key words:** political communication, political speech, male, female, stereotype, language.

The reality of modern society testifies to having continuing stereotypes as to masculine and feminine types of political communication. The public prefers women candidates to talk about 'feminine' issues, emphasize 'feminine' and 'masculine' traits, and use neutral appeals in their political ads [9, p. 454-455]. Men and women are considered to use different rhetorical tools to achieve their political goals.

The main goal of the paper is to study what strategies and styles may be employed by women and men political leaders in their speeches to resonate with the public. To accomplish the task, two political speeches are to be examined: by William Jefferson Clinton and Hillary Rodham Clinton both delivered at 2004 Democratic National Convention, Fleet Center, Boston [18; 19].

Discourse gender stereotypes fall into two general classes: belief- and trait-based. With respect to the first type, women are better able to handle issues involving women, education, civil rights, and poverty, but as less able to handle traditionally male duties such as the military, foreign policy, and crime [e. g., 8; 10; 13]. With respect to trait-based stereotypes, women are generally seen as more compassionate, trustworthy, willing to compromise, and more empathetic, while men are viewed as stronger leaders, and more assertive, active, and self-confident [e. g., 8; 14].

A linguistic style and choice of words that conveys strength and competence in a male leader may result in being labeled as 'cold' in a female speech, but a more maternal style may signal that the female leader lacks the strength necessary to handle crises [see 6]. Besides, according to Marshall and Mayhead, «Women in the United States continue to change the gubernatorial landscape and contribute to the increasing importance of this role at both the state and federal levels. Thus, the values and perspectives revealed in their discourse must merit our ... investigation» [12, p. 124].

Previous research [see 2; 3] has studied the content of leadership rhetoric linked to engaging the collective identity of followers and enhancing charismatic attributions. The following is the description of its main principles as depicted in the proposed speeches.

Collective orientation and similarity to followers are more stereotypically feminine [see 2; 15]. In her speech, Hillary Clinton says, «*You know, we've been through our share of challenges as Americans, from a Civil War, Great Depression, World Wars and so much more*» or «*You know, I, like all of you, just heard the moving testimonials about the horrors of September the 11<sup>th</sup> and the extraordinary witnessing by Reverend Alston concerning his lieutenant, John Kerry.*» etc.

Bill Clinton uses more examples of personal language ('I', 'my') in his speech: *And you might remember that when I was in office, on occasion, the Republicans were kind of mean to me, or My friends, after thee conventions as a candidate or a President, tonight I come to you as a citizen, returning to the role that I have played for most of my life...* On the other hand, he does not avoid collective language to persuade and influence others: *Americans long to be united. After 9 / 11, we all just wanted to be one nation.*

Stereotypically masculine aspects of leadership are action [4; 5; 11] and adversity – describing or exaggerating the current situation as intolerable [4, p. 36].

In the respect of action, the main concepts in Bill Clinton's speech are:

- choice: *make choices / the right choices / a very different choice / equally fateful choices / choices that reflect both conviction and common sense, believe in choices, they chose to move that / to protect [my tax cut(s)], like and agree with choices, choose for a President / (to build / to form) a more perfect union / a captain of our ship, it's time to choose;*
- service: *giving the best public servant in my family, to continue serving the public, to continue to serve in public life, the chance to serve in the White House for eight years, honor the service and sacrifice;*
- challenge: *other times of challenge, our common challenges at home, meet new challenges;*
- chance: *a chance to continue [to serve in public life] / to live their dreams, to have a chance to make the most of their own lives;*
- change: *a time of (unprecedented) change.*

On the contrary, in her address Hillary Clinton makes emphasis on more grounded and static concepts:

- security: *our security, give our children a safer and more secure future, need to secure our borders, homeland security is a priority;*

– peace, prosperity, and promise: *However, twelve years ago ... Americans selected a Democrat who gave us eight years of peace, prosperity, and promise.*

At the same time, Hillary Clinton employs stereotypically masculine characteristics:

– high self-confidence: *We can, once again, transcend our differences and divisions;*

– dominance: *Now, I know a thing or two about health care;*

– high levels of achievement: *But being a senator from New York, I saw firsthand, as all of my friends and colleagues did, the devastation of September the 11<sup>th</sup>.*

Thus, the action aspect suggests that successful political candidates must mobilize followers into action [6; 16] and create ‘a sense of excitement and adventure’ [1, p. 194] around their political activity.

Decisive leaders are also characterized by their ability to articulate why action in some cases is necessary. Prior research highlights the ability of a change-oriented leader to articulate how dangerous the enemy is or how unnecessary the suffering is in order to challenge the status quo and motivate followers [3, p. 10]. In this manner, the leader attempts to generate support for his or her vision to overcome adversity [6]:

*The 21<sup>st</sup> century is marked by serious security threats, serious economic challenges, and serious problems, from AIDS to global warming to the continuing turmoil in the Middle East ... Now, at a time when we're trying to get other people to give up nuclear and biological and chemical weapons, they are trying to develop two new nuclear weapons, which they say we might use first ... to rally the world to our side in the war against terror, and to make a world with more friends and less terror, etc. (Bill Clinton);*

*I visited Ground Zero the day after we were attacked. And I felt like I was standing at the gates of hell ... And we need to make sure that homeland security is a priority and that it is funded properly and the resources go to the areas of greatest risk, New York City (Hillary Clinton).*

Values and moral justifications are considered to be gender neutral aspects of political communication [3, p. 10; 15]: *We can, once again, give our children a safer and more secure future (Hillary Clinton); And Al Gore, as he showed again tonight, demonstrated incredible patriotism and grace under pressure (Bill Clinton), etc.*

Also neutral are temporal orientation and tangibility [see 3; 4; 15; 17]. According to their research, political leaders make references to the correlation between past and present in order to highlight the importance of changes they are to implement: *Tonight I have the pleasure of introducing the last great Democratic president. But first, I want to say a few words about the next great Democratic president, John Kerry (Hillary Clinton); I am honored to share this night with President Carter, for whom I worked in 1976 and who has inspired the world with his work for peace, democracy, and human rights (Bill Clinton).*

Besides, transformational leaders will make more references to intangible future goals and fewer references to concrete, tangible outcomes [ibid.]: *Together we can, once again, widen the circle of opportunity for all Americans. We can, once again, transcend our differences and divisions. We can, once again, give our children a safer and more secure future (Hillary Clinton); We all want our children to grow up in a secure America, leading the world toward a peaceful and prosperous future (Bill Clinton).*

Thus, the present study shows that men and women evolve different means of political communication and different styles to achieve the set goals. Men establish independence and show aggression, their speech is competitive and dominating, their language is exclusive and initiates action, competition, and expertise. By contrast, women in their speech are inclusive and supportive. They use more inclusive pronouns to welcome the audience into their main ideas and concepts. Though, while men and women use distinct language styles, these differences are not only mere gender distinctions but also are an intentional use of rhetorical tools by both men and women to achieve certain objectives.

Future research on gender aspects of political communication can be carried on in various ways. More research is needed on different forms of political communication – televised political advertising, news releases, campaign literature, speeches, and Web sites. Since the emergence of the Internet offers wide possibilities for communication and it is used as a platform of expressing political thought, it is also important to analyze how this technology may be used by male and female candidates in their addressing the public.

#### **Bibliography:**

1. Bass B. Bass & Stogdill's Handbook of Leadership: Theory, Research, and Managerial Applications. – New York : Free Press, 1990. – 1536 p.
2. Bligh M. C., Kohles J. C., Meindl J. R. Charisma Under Crisis: Presidential Leadership, Rhetoric, and Media Responses Before and After September 11th Terrorist Attacks // *Leadership Quarterly*. – 2004. – #15 (2). – Pp. 211-239.
3. Bligh M., Merolla J., Schroedel J. R., Gonzalez R. Finding Her Voice: Hillary Clinton's Rhetoric in the 2008 Presidential Campaign. – Available at <http://www.cgu.edu/PDFFiles/SPE/workingpapers/politics/campaign%20rhetoric4.pdf>.
4. Conger J. A. Inspiring Others: The Language of Leadership // *Academy of Management Executive*. – 1991. – #5. – Pp. 31-45.
5. Deluga R. J. American Presidential Proactivity, Charismatic Leadership, and Rated Performance // *The Leadership Quarterly*. – 1998. – #9 (3). – Pp. 265-291.
6. Fiol C. M., Harris D., House R. Charismatic Leadership: Strategies for Effecting Social Change // *The Leadership Quarterly*. – 1999. – #10 (3). – Pp. 449– 482.
7. Fiske S. T., Cuddy A. J. C., Glick P., Xu J. A Model of (Often Mixed) Stereotype Content: Competence and Warmth Respectively Follow from Perceived Status and Competition // *Journal of Personality and Social Psychology*. – 2002. – #82 (6): 878-902.
8. Huddy L., Terkildsen N. Gender Stereotypes and the Perceptions of Male and Female Candidates // *American Journal of Political Science*. – 1993. – #37 (1). – Pp. 119-147.

9. Kaid L. L. Handbook of Political Communication Research. – Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum, 2004. – 560 p.
10. Lawless J. Women, War, and Winning Elections: Gender Stereotyping in the Post September 11th Era // Political Research Quarterly. – 2004. – #57 (3). – Pp. 479-490.
11. Maranell G. M., Dodder M. The Evaluation of Presidents: An Extension of the Schlesinger Polls // Journal of American History. – 1970. – #57. – Pp. 104-113.
12. Marshall B. DeV., Mayhead M. A. (ed). Navigating Boundaries: The Rhetoric of Women Governors. – Westport, London : Praeger, 2000. – 150 p.
13. Matland R. E. Putting Scandinavian Equality to the Test: An Experimental Evaluation of Gender Stereotyping of Political Candidates in a Sample of Norwegian Voters // British Journal of Political Science. – 1994. – Vol. 24, #2. – Pp. 273-292.
14. Matland R. E., King D. C. Women as candidates in congressional elections // In Rosenthal C. S. (Ed.) Women transforming Congress. – Norman : University of Oklahoma Press, 2002. – Pp. 119-145.
15. Shamir B., Arthur M. B., House R. The Rhetoric of Charismatic Leadership: A Theoretical Extension, a Case Study, and Implications for Research // The Leadership Quarterly. – 1994. – #5(1). – Pp. 25-42.
16. Shamir B., House R., Arthur M. B. The Motivational Effects of Charismatic Leadership: A Self-Concept Based Theory // Organization Science. – 1993. – #4. – Pp. 577-594.
17. Willner A. R. The Spellbinders: Charismatic Political Leadership. – New Haven, CT : Yale University Press, 1984. – 212 p.

**Illustration Material:**

18. Clinton H. R. Text of Remarks to the Democratic National Convention. – Available at: <http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/articles/A16551-2004Jul26.html>
19. Clinton W. J. 2004 Democratic Convention address. – Available at: <http://www.americanhetoric.com/speeches/convention2004/billclinton2004dnc.htm>

Деркевич Н. А.,

Національний педагогічний університет ім. В. Гнатюка, м. Тернопіль

## СЕМАНТИКА ДІЄСЛІВ ІЗ ПРЕФІКСОМ *zer-* У ФОРМУВАННІ ЗВ'ЯЗНОСТІ ТЕКСТУ

*У статті здійснено характеристику семантики дієслів з префіксом *zer-*, представлено їх функцію у формуванні зв'язності художнього тексту, оскільки слово набуває свого повного значення саме у контексті.*

**Ключові слова:** лінгвістика тексту, дієслівний префікс, дериват, похідне дієслово, словотворчий засіб, семантика.

*В статті охарактеризована семантика глаголів з префіксом *zer-*, представлено їх функцію в формуванні зв'язності художественного текста, поскольку текст приобретает свое полное значение именно в контексте.*

**Ключевые слова:** лингвистика текста, глагольный префикс, дериват, производный глагол, словообразовательный способ, семантика.

*The characteristic of the semantics of the verbs with prefix *zer-* is given in the article. Since a word acquires its complete meaning just in a context, these verbs function in function coherent formation is represented.*

**Key words:** the linguistics of a text, verbal prefix, derivative, derivative verb, means of word building, semantics.

Звернення до текстової проблематики є явищем об'єктивним та закономірним і базується на зв'язку та взаємодії мовних одиниць у процесі їх функціонування. Результатом такої взаємодії є те, що у визначенні змісту мовних одиниць одного рівня, слід звертатися до одиниць вищого рівня – тексту, тому що спілкування відбувається не за допомогою окремих речень, а тексту, який є різновидом висловлювання [1, с. 68] і головним мовним елементом комунікації.

«Текст, як стверджує Г. В. Колшанський, є мовним комплексом, який утворений за правилами граматики, і який створює змістовно завершену, кінцеву, інтегровану, упорядковану послідовність речень, що забезпечують лінійне розгортання теми» [3, с. 5]. Саме текст відображає процеси відбору, поєднання, вживання мовних, в тому числі словотвірних засобів. У теорії тексту вивчаються речення, перш за все їх зв'язки з іншими реченнями як частинами цілого тексту. Л. Бархударов вважає, що текст, будучи одиницею мови, є тим загальним, що лежить в основі окремих конкретних текстів, тобто схеми побудови тексту. Тому завдання лінгвістики тексту він визначає як виявлення та встановлення цих схем, або правил текстотворення [2, с. 17].

Розгортання задуму для повного тексту повинно здійснюватися у певній послідовності, яка є одним із засобів реалізації комунікації. Зрозуміло, що зміст, відображений у тексті, не є таким, яким він існує в мисленні, тому цей зміст організовується на основі своїх закономірностей, спрямованих на забезпечення оперативності мислення; в тексті воно представлено у формі послідовності мовних одиниць. Це означає, що у породженні тексту існує певна схема, яка відображає порядок слідування елементів змісту, і ця схема є композицією тексту.

Повнозначна одиниця мови, тобто слово, виконує в тексті не тільки власне номінативну функцію, бо будь-який текст – це передусім послідовність номінативних знаків, серед яких, поряд з іншими, виділяється похідне слово, але також й комунікативну функцію.

Семантика похідного дієслова виконує в тексті номінативну, комунікативну та інформативну функції – це є метою статті.

Словотворення є одним із засобів формальної видозміни вихідного слова і, як стверджує Е. Кубрякова, «виникнення системи словотвору зі всіма її засобами та моделями чітко пов'язано із потребою у нових позначеннях, нових лексемах; одним із основних завдань словотвору є поповнення наявного словникового складу мови, необхідність узгодити форму та зміст вторинних одиниць номінації з їх майбутніми синтаксичними ролями, а також з їх функціями щодо всього тексту, його раціональною організацією» [4, с. 179]. Похідне слово, поряд з іншими мовними одиницями, виступає у ролі необхідного лексичного наповнення тексту, а текст є «резервуаром» наповнення похідними одиницями, джерелом породження їхньої семантики, тобто існує двобічний зв'язок між змістом похідного слова і загальним розумінням тексту. Тож, як зазначають Е. С. Кубрякова та М. М. Полужин, на стикі лінгвістики тексту і словотворення виникає низка питань, які пов'язані з використанням словотворення в «інтересах» тексту, а зі «службою» тексту словотворенню, що свідчить про розширення сфери вивчення функціонування похідного слова [5, с. 53; 8, с. 44].

Комплексний характер значення словотвірних одиниць, семантико-функціональна кореляція більшості похідних слів із відповідними синтаксичними структурами зумовлюють можливість і необхідність використання вторинних найменувань. Це пов'язано з тим, що похідне слово виконує в семантичній структурі тексту функції економії, раціональної подачі інформації, сприяє уникненню граматичної громіздкості та синтаксичного ускладнення. Постійне поповнення лексики тієї чи іншої мови похідними словами служить дуже придатним матеріалом для вивчення шляхів функціонування мови, її зв'язку з розвитком суспільства. Особливо широкі перспективи відкриває вивчення семантичної структури у контексті нового похідного слова, яке здатне фіксувати безпосередній акт словотворення, а також інтерпретувати вжите у ньому новоутворення [8, с. 20].

Дієслова виконують не лише номінативні функції – денотативно-репрезентативні чи сигніфікативні, а й служать для комунікації, є в реченні певним чином оформленою одиницею відповідно до її комунікативного завдання [6, с. 179].

Дериваційні форманти і твірні основи як елементарні словотвірні одиниці беруть участь у формально-семантичній організації тексту не самостійно, а у відповідних словотвірних структурах. Текстоорієнтована актуалізація невідокремлюваного префікса і похідного дієслова забезпечують єдність текстового ряду, сприяють його композиційній завершеності.

Тож, префікс *zer-* є продуктивним для дієслів та їх похідних. У періоди розвитку німецької мови *zer-* виконував функцію префікса зі значенням «розподілу, роздвоєння», тому його семантика стала чіткою вже на ранніх

етапах розвитку німецької мови. Префікс *zer-* є перфективно-інтенсифікуючим компонентом для твірних основ із двома модифікаціями – поділу та руйнації: *zer-mahlen*, *zer-trümmern* [10, с. 333] і, як стверджує Г. Марчанд, семантика третини дериватів із префіксом *zer-* зумовлена передусім префіксом [12, с. 426].

Структурна єдність тексту часто реалізується за допомогою простого повтору словотвірних конструкцій:

*Dann verstand ich klar, die Christhofskirche konnte unmöglich bei einem nächtlichen Fliegerangriff zerstört worden sein. ... auf der alle Gassen und Plätze abrasiert und zerstört waren* [13, с. 49].

У наведеному прикладі похідні дієслова структурно зв'язують текст і вносять у зміст речення однакове значення, формуючи його змістово-структурну завершеність.

Текстоорієнтовані функції дериваційних одиниць проявляються завдяки специфічним прийомам їх текстового використання у складі відповідних словотвірних структур дериватів. Одним із важливих засобів структурування семантики тексту є актуалізація формантної частини словотвірної структури деривата. Актуалізація компонента словотвірної структури здійснюється внаслідок цілеспрямованого використання в одному тексті низки похідних дієслів з різними твірними основами, в яких виявляється один словотвірний тип:

*Das Schwierigste war zwar getan, als die Eisdecke zerbrochen war; aber alle diese großen Schollen mussten noch zerkleinert und gegeneinander geschleudert werden, bis sie ganz zertrümmert, zerrieben und aufgelöst waren* [9, с. 215].

Повтор префікса *zer-* у низці дієприкметників забезпечує тотожність категоріального значення «руйнації» і, внаслідок цілеспрямованого використання в тексті, підсилює його.

Повтор однотипних дериватів *zertrümmert*, *zerschmettert*, *zermalmt*, передає значення «руйнація»:

*Auch Brauns Tapetengeschäft, das mit der Familie in diesem Krieg verbrannt sein sollte, nachdem ihm im ersten Krieg nur die Schaufenster zertrümmert worden waren. Der Brunnen und alle Platanen waren wohl längst zerschmettert.... Er hielt sich mit seinem kurzen Schnurbart – bis ihn die Nachricht ereilte, dass sein Haus und seine Familie zermalmt worden waren* [14, с. 49].

Використання похідних найменувань уможливило конкретизацію мікротем мовного висловлювання. У такому разі її значення розкривається змістом наступного мовного відрізка – фрази, логічної єдності, а інколи і всього тексту, коли словотвірна одиниця позначає «гіпертему» тексту і похідне слово перебуває в препозиції до висловлювання, катафорично задає спрямованість подальшого розгортання тексту:

*Drei Millionen Kriegsversehrte zählt heute noch das Agrarland Vietnam, die ökologischen Zerstörungen von damals wirken nach....., die seit einem über einem Vierteljahrhundert mit zerstörter Gesundheit, zerrütteten Nerven und zerbrochenen Beziehungen leben müssen* [11, с. 24].

Гіперонім *Zerstörungen*, уточнений гіпонімами *zerstörte Gesundheit*, *zerrüttete Nerven*, *zerbrochene Beziehungen*, пояснює загальний зміст мікротексту.

Явище гіперонімії виникає в тексті внаслідок упровадження описових найменувань предмета. Гіпер-гіпонімічні або родо-видові відношення – це співвідношення первинного / вихідного і вторинного / похідного значень. Використання такого явища в тексті сприяє його економічному викладу, «інтерпретація похідних символів по новому висвітлює механізм семантичної деривації» [7, с. 68].

*Jeder fünfte der rund 22 Millionen Einwohner war betroffen. Die Fluten zerstörten Ernte und landwirtschaftliche Maschinen. 80 Prozent der Ernte wurde vernichtet. Im gleichen Jahr verwüstete ein Taifun die Nordwestküste des Landes und zerstörte zahlreiche Deiche. Wichtiges Ackerland wurde von Meerwasser versalzen* [15, с. 17].

Для розкриття теми «руйнація», автор використовує контекстуальну синонімію, тобто в певних випадках із великої кількості значень слів реалізується саме таке, яке за відповідних контекстуальних умов вступає у синонімічні відношення з іншим словом, яке не є його прямим синонімом:

*Stießen versehentlich eine Vase um, eine zweite. Sie zerbrach. Einer nahm einen Pokal, ein kunstvolles Glas, schmiss es zu Boden; es zerbrach. Der Mensch, zornig jetzt,... schmettete das Glas auf den Stein, es zersplitterte mit Lärm.... ihre Lust ging dahin, zu zerschlagen, zu zerstören* [9, с. 404].

Синонімічні деривати *zerrissen*, *zerbrachen*, *zerschlugen* та відіменникове похідне дієслово *zertrümmerten*, підсилені прикметниками *zornig*, *hingegen*, *jubelnd* формують не лише спільну тему, але й семантично подібні на позначення широкого понятійного поля цього явища:

*Die Wut aller richtete sich gegen diese Dinge. Sie zerrissen, zerbrachen, zerschlugen, zertrümmerten, zornig, hingegen, jubelnd* [9, с. 405].

Також префікс *zer-* надає дериватам переносного значення «ламати голову, роздумувати» / *zermartern*:

*Und er weiß, dass es nicht gut ist, sich dann jedesmal den Kopf zu zermartern* [16].

У наступному прикладі дієслово з префіксом *zer-* вживається на позначення руйнації здоров'я людини – розбити / *zerschießen*, *zerfetzen*:

*Man kann die Seele eines Mannes so zerschießen und zerfetzen, dass sie für die ewigen Jagdgründe vollständig tot und verloren ist* [17].

Отже, на основі прикладів із художньої та публіцистичної літератури ми спостерігали семантику лексичних одиниць, які об'єднані смисловими зв'язками, спільною темою – «руйнація». Похідне слово створюється не тільки з лексичною метою, але й для здійснення складних граматичних, синтаксичних та номінативно-комунікативних функцій у процесі формування зв'язності тексту.

#### Література:

1. Адмони В. Г. Исторический синтаксис немецкого языка / В. Г. Адмони. – М. : Высшая школа, 1973. – 335 с.
2. Бархударов А. С. Текст как единица языка и единица перевода / А. С. Бархударов // Лингвистика текста. – М., 1974. – 150 с.
3. Колшанский Г. В. Коммуникативная функция и структура языка / Г. В. Колшанский. – М. : Наука, 1984. – 174 с.



4. Кубрякова Е. С. Общее языкознание: внутренняя структура слова. Словообразование / Е. С. Кубрякова. – М. : Наука, 1974. – 198 с.
5. Кубрякова Е. С. О связях между лингвистикой текста и словообразованием / Е. С. Кубрякова // Лингвистические проблемы текста: [сб. науч. труд.]. – М., 1983. – Вып. 217. – С. 50-58;
6. Кубрякова Е. С. Типы языковых значений. Семантика производного слова / Е. С. Кубрякова. – М. : Наука, 1981. – 224 с.
7. Новиков А. И. Семантика текста и ее формализация / А. И. Новиков. – М. : Наука, 1983. – 215 с.
8. Полюжин М. М. Функціональний і когнітивний аспекти англійського словотворення / М. М. Полюжин. – Ужгород : Вид-во Закарпаття, 1999. – 235 с.
9. Feuchtwanger L. Die Jüdin von Toledo / Leon Feuchtwanger. – Berlin : Aufbau Verlag, 1956. – 476 s.
10. Fleischer W. Wortbildung der deutschen Gegenwartssprache / Wolfgang Fleischer. – Tübingen : Max Niemeyer Verlag, 1982. – 326 s.
11. Knaul S. Schützenhilfe für Scharon / Susanne Knaul // Die Welt. – 2003. – N 60. – S. 24.
12. Marchand H. Die Präpartikelverben im Deutschen: echte Präfixbildungen, synthetische Präfixbildungen, pseudo-präfixale Bildungen / Hans Marchand // Studies in Syntax and Word-Formation. – München : Wilhelm Fink Verlag, 1972. – S. 423– 439.
13. Seghers A. Zwei Geschichten aus Mexiko / Anna Seghers. – Darmstadt : Luchterhand Literaturverlag GmbH, 1982. – 110 s.
14. Seghers A. Das Ende / Anna Seghers. – Moskau, 1951. – 126 s.
15. Wirth A. Jeder zweite Deutsche ist wetterfühlig // Ariane Wirth // Franfurter Allgemeine Zeitung. – 2001. – N 88. – S. 17.
16. Wortschatz Lexikon. zerfetzen: [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://dict.uni-leipzig.de/cgi-bin/wort\\_www.exe?site=22&Wort\\_id=8416030](http://dict.uni-leipzig.de/cgi-bin/wort_www.exe?site=22&Wort_id=8416030)
17. Wortschatz Lexikon. zermarnern: [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://dict.uni-leipzig.de/cgi-bin/wort\\_www.exe?site=22&Wort\\_id=8416030](http://dict.uni-leipzig.de/cgi-bin/wort_www.exe?site=22&Wort_id=8416030)

Єфименко Т.,

Миколаївський національний університет імені В. О. Сухомлинського

## ПЕРЕВТІЛЕННЯ ОБРАЗУ РОМАНТИЧНОГО ГЕРОЯ В РОМАНІ М. ШЕЛЛІ «ФРАНКЕНШТЕЙН»

*У статті використовується поняття «перевтілення» як аналітичний інструментарій для дослідження образу романтичного героя у романі М. Шеллі «Франкенштейн». А також проведено ряд лінгвістичних досліджень з метою виявлення глибинних смислів у тексті.*

**Ключові слова:** перевтілення, симетрично-асиметрична пара двійників, структурно-сміслова єдність, комунікативна спрямованість.

*В статье используется понятие «перевоплощение» как аналитический инструмент для исследования образа романтического героя в романе М. Шелли «Франкенштейн». А также проведен ряд лингвистических исследований с целью выявления глубинных смыслов в тексте.*

**Ключевые слова:** перевоплощение, симметрично-асимметричная пара двойников, структурно-смысловое единство, коммуникативное направление.

*In the article the concept «transformation» is used as analytical tool for innovative researching of the romantic character in the novel «Frankenstein» by M. Shelley. It was made a number of linguistic research to identify the underlying contents of the text.*

**Key words:** transformation, symmetric-asymmetric twins, structural-semantic unity, communicative direction.

В історії світової літератури роман «Франкенштейн, або Сучасний Прометей» (1818) англійської письменниці Мері Шеллі (1797-1851) вважають шедевром [11]. Доля швейцарського вченого Франкенштейна, який створив живу істоту з неживої матерії і перетворився в жертву і одночасно ката власного винаходу, стала особливим знаком, який з часом охоплює все більш широкі культурологічні круги, далеко йдучи від позначеної письменницею проблеми [16; 22].

Серед робіт вітчизняних і зарубіжних науковців можна виділити Ж. Дельозу, Ю. Лотмана, А. Вуліса, С. Аграновича, І. Саморукову, С. Гілберт, С. Губар [8; 19; 8; 1; 7]. Їх роботи свідчать про актуалізацію перевтілення і дзеркальності як функціонального еквіваленту процесів, які відбувались у романтизмі.

**Актуальність** статті полягає у сталому дослідницькому інтересі перевтілення образу романтичного героя, про злиття образів науковця, його творіння та самої авторки в одне ціле. Об'єктом даної статті є образ Франкенштейна у різних трансформаціях. Предметом статті слугує романтична дзеркальна гра, яка дає можливість розкрити характер інтелектуальної та духовної діяльності авторки, як учасниці гри-змагання, визначити інтегрування тексту лінгвоодинаціями різного рівня та специфіку створеної нею ігрової моделі в образі Франкенштейна. Звідси випливає наступне завдання статті: розширити простір для тлумачення образно-сюжетної та змістової сторін творів у межах літератури романтизму, простежити дзеркальні риси головних героїв, суположення сну та реальності [14].

Готика з її зацікавленістю середньовічними християнськими легендами та переказами, підказує М. Шеллі найдоступнішу форму втілення її філософської та етичної концепції – міфологему [4]. Якщо готичні письменники не виходять за рамки середньовічних літературних критеріїв і використовують поодинокі легендарні мотиви, романтизм в особі М. Шеллі здійснює повномасштабну міфологічну революцію [5].

Роман «Франкенштейн, або Сучасний Прометей» виростає на схрещенні декількох міфологічних ліній, утворюючи особливий антично-християнський сплав. Ключовим у ньому можна вважати винесений у заголовок образ античного титана, безсумнівно, покликаний до життя соціальними катаклізмами Великої французької революції. Про прометеївське начало Франкенштейна свідчать і ідеальність героя, що представляє його над середовищем та обставинами життя, і його палке бажання звільнити людство від лиха та страждань, і місія творця нового людського роду, і пов'язаний з образом героя лейтмотив вогню. Але міфологічний архетип у М. Шеллі кардинально переосмислено: герой позбавлений хисту передбачення, його благі наміри у фатальний спосіб діють проти нього, а науковий подвиг залишається недооціненим і незатребуваним [11].

Роман М. Шеллі «Франкенштейн» виник у результаті гри-змагання з Дж. Байроном та П. Шеллі [2; 6; 11]. М. Шеллі в змаганні талантів із чоловіками – суперниками вийшла переможницею, бо йшла наперекір вимогам, порушуючи соціальні та моральні норми тогочасного суспільства. М. Шеллі сміливо кинулась у вир романтичного способу життя. Вивчаючи спогади письменниці про історію написання роману, з самого початку роману ми можемо спостерігати за проявами дзеркальності, при дослідженні перевтілення романтичного героя, а саме суположення сфер сну і реальності письменниці та опису дій головних героїв [21; 22].

У даному романі існує три оповідачі: Віктор Франкенштейн, його істота або демон, та Роберт Волтон. В основі образів двох дослідників-науковців Роберта Волтона і Віктора Франкенштейна діє механізм ігрового дзеркального перевтілення. Роман починається та закінчується листами молодого дослідника півночі Роберта Волтона. Біографія героя є віддзеркаленням цілої низки романтичних шаблонів. Роберт Волтон це досвідчений мореплавець, котрий вирушає в далеку експедицію з благородною метою служити людству і прокласти шлях через північний полюс або пізнати таємницю магніту. Життя й думки Роберта Волтона являють собою бажання проникнути у сферу незнаного. Зображення цього героя М. Шеллі зробила позитивним, бо він зробив себе сам і пройшов шлях від моряка до помічника капітана. Образ Волтона у романі – образ ідеального романтичного героя [14].

При дослідженні місця зустрічі головних героїв роману, можемо простежити досить екзотичну місцевість, що є характерним для творів романтичного напрямку. Далі в романі ми знайомимось з іншим оповідачем твору – Ві-

ктором Франкенштейном. Цей образ наділений харизматичними рисами, ця «мудра» людина володіє якостями, що ставлять її над іншими особистостями. Франкенштейн постає відображенням образу-ідеалу Роберта Волтона. Самі герої помічають власну схожість.

Життя головних героїв також є віддзеркаленням, що говорить про Роберта Волтона та Віктора Франкенштейна як про двійників. По-перше, головних героїв об'єднує романтичні відносини із сестрами – єдиними жінками в світі здатними їх зрозуміти. По-друге, завзятість головних героїв до винаходів нових шляхів, дослідників невідомих сил і таємниць. Віктор Франкенштейн також цікавився будовою людського тіла, живих організмів, причини зв'язку переходу життя у смерть і навпаки. Існує стадія становлення романтичного героя, в образі Роберта Волтона, і стадія сформованості романтичного героя, в образі Віктора Франкенштейна. Тут можна спостерігати злиття образів Волтона і Франкенштейна в одну романтичну особистість. Наведені факти їх біографії та риси характеру свідчать про те, що головні герої на певному етапі розвитку сюжету можуть дзеркально перевтілюватись один в одного [7]. Таким чином, М. Шеллі втілює образ романтичного героя в образі двох осіб, і вперше перевтілюється в їх образі.

Письменницям-жінкам характерне прагнення відійти від орієнтації на чоловічу норму; намагання текстуалізувати в просторі художньої оповіді свій, особливий та відмінний у багатьох аспектах від чоловічого, досвід. Так як жінка втілюється в образ чоловіків, тут можна говорити, про змагальний характер написання [15]. І цим двом чоловікам письменниця М. Шеллі також, як і інші письменниці цієї епохи, і цього стилю написання, надала більш м'який характер. Зі слів Франкенштейна: *My temper was sometimes violent, and my passions vehement, but by some law in my temperature they were turned, not towards childish pursuits, but to an eager desire to learn.* [24, с. 10]. Тут М. Шеллі натякає на глобальність чоловічого начала, тобто макросвіт направленості інтересів, використовуючи дієслова у минулому часі. Жіноча лексика, як визначають науковці Ф. Браун, І. Замель, дуже багата на займенники: *my temper, my passions, my temperature.* Речення середньої довжини, дуже часто висловлення йдуть одне за одним, з'єднані з сполучниками в складні підрядні речення *but, and.* Жінки-письменниці вільніше виявляють почуття слабкості у своїх творах, навіть у чоловіків, не хвилюючись про наївність написання романів: *I trembled excessively, I dreaded to behold this monster, I stepped fearfully* [14; 24, с. 14]. Аналізуємо те, що М. Шеллі використовує дієслова разом з прислівниками *excessively, fearfully,* звертаючи увагу, саме як це відбувалося.

Чоловіки та жінки соціально змушені виконувати гендерні ролі в суспільстві, що створює певний набір специфічних моделей поведінки, які виявляються у більшості комунікативних ситуацій, незалежно від характеру те гендерного складу людей. Недивно, що саме жінки були берегинями домашнього вогню, тому вони характеризуються інтенсивно позитивними рисами характеру у творах. Аналізуючи, як саме М. Шеллі описує жіночий образ у творі, можемо помітити, скільки любові та ніжності вона виплескує на образ Елізабет: *The saintly soul of Elizabeth shone like a shrine – dedicated lamp in our peaceful home. Her sympathy was ours; her tender smile, her soft voice, her sweet glance of her celestial eyes, were ever there to bless and intimate us* [24, с. 14] Можна помітити багатий словниковий запас слів, захопленість прикметниками, а саме *saintly, tender, peaceful, soft, sweet, celestial.* Тобто ці речення дають натяк на пасивну життєву позицію жінок у домі та у суспільстві, оскільки у XIX столітті у роки романтизму ідеал непорочної чистоти втілювався не в образі Мадонни, а в образі «домашнього ангела» з його поступливістю, добротністю, невинністю, самозреченням заради чоловіка та сім'ї. Цей образ ми можемо знайти в творах Данте, Гете, Мільтона, тощо [19]. У ті роки було добре, коли жінка догоджала чоловікові. Усе, що виходило за межі чоловічого образу, поставало як його «демонічна структура», оскільки вважалося аномалією.

Тільки завдяки тяжкій праці Віктор Франкенштейн досягає своєї мети. Він відкриває закони створення людини та оживлення матерії. На цьому етапі розвитку роману перевтілення набувають ускладнень, в основі яких антитеза та гіпербола. Це виявляється у властивостях копіювання між оригіналом і копією, будує проміжну стадію «монстра», коли завдяки використанню гіперболи та антитези у тексті, оригінал піддається спотворенню: *A mummy again endowed with animation could not be so hideous as that wretch. I had gazed on him while unfinished he was ugly then; but when those muscles and joints were rendered capable of motion, it became a thing such as even Dante could not have conceived.* [24, с. 35]. Бачимо різке протиставлення образів, використання антитези *mummy* та *wretch.* М. Шеллі навмисно використовує перебільшення для посилення виразності і підкреслення сказаної думки, у словах *as even Dante could not have conceived.* Монстр виник унаслідок негативного відбитку образу й виявився копією романтичного героя. На початку твору монстр містив у собі й позитив, внутрішній світ істоти, й негатив, його зовнішній вигляд. Творіння Франкенштейна – істота-монстр, образ, який знаходиться в протилежній стороні до Роберта Волтона та Віктора Франкенштейна. Зустріч із ним пов'язана з шоком і становить момент перетворення, катастрофу ідеалу [8].

Але йдеться не просто про копіювання одного тіла іншим, а про вплив одного двійника на іншого. Істота М. Шеллі – це демонічний герой з типовими для романтизму рисами [3]. Це титанічна абсолютно самотня особистість у світі, яка не сприймає світовий лад і світ, і тому наповнена відчуттям «світової скорботи», він з песимізмом переосилює етичні, моральні, філософські цінності. Його самотній стан призводить до таємничих злочинів, які є тягарем для душі та поєднуються з відчуттям любові до «стражденного людства». Демон визнає, що він подібно до Сатани, носив у собі пекло. Творіння проголошує війну тому, хто прирік його на «нестерпні муки» і усього роду людському. Невиправданим покаранням була самотність. Його мова не схожа на мову штучно створеного, безприсрасного, розсудливого, холодного робота.

Серед особливостей жіночого синтаксису лінгвісти Т. В. Гомон, О. І. Горощко виділяють схильність письменниць до перебільшеного зниження категоричності висловлювання, в інших випадках – їхня комунікативна поведінка характеризується тенденцією до «мовленневої ухильності», небажанням називати речі своїми іменами *the fallen angel, thy creature.* Цей чинник знаходить відображення у вживанні письменницями евфемізмів і виразів пом'якшення висловлювання, що передають невпевненість, некатегоричність у їхньому змісті, з одного боку, та

виражають підтримку й заохочення співрозмовника, з іншого *Remember that I am thy creature; I ought to be thy Adam; but I am rather the fallen angel, whom thou drivest from joy for no misdeed. Everywhere I see bliss, from which I alone am irrevocably excluded. I was benevolent and good – misery made me a fiend* [26, с. 120]. Можна помітити, що навіть описуючи монстра, М. Шеллі використовує заміну грубих слів більш м'якими, а саме використовує порівняння, чудовисько – *the fallen angel*, евфемізм – *thy creature*, опис *benevolent and good*. Це сповідь істоти з високо розвинутою душевною організацією. Творіння взяло на себе право судити творця і стало душолюбом.

Використовуючи частковий граматичний аналіз даних речень, дає змогу встановити функції іменників, а саме символічну, емоційну, описову; прикметників – образну та виражальну; та динамічну функцію дієслів. Використання саме таких мовних одиниць, акцентує увагу на важливих моментах та створює відповідний колорит [13; 18; 19; 23].

Увага фокусується на центральній позиції ідеального романтичного героя, в романі це Віктор Франкенштейн. Він – об'єкт, з яким дзеркально зливаються інші герої роману, Роберт Волтон, монстр, узагальнений образ творця, а також близьке оточення М. Шеллі. Читач, ніби учасник гри, впізнає в образі Франкенштейна Персі Шеллі, чоловіка Мері Шеллі. Цей фрагмент в романі показує його як амбіційного героя. Відомо, що Персі в дитинстві брав ім'я Віктор, а в юнацькі роки Персі захоплювався хімією, електрикою, магією і навіть ставив експерименти [11]. Таким чином вибудовується певний зв'язок між Шеллі та монстром [2].

Але інколи в образі Віктора Франкенштейна та монстра можна помітити і саму Мері Шеллі [9]. Окремі деталі сюжету роману, як вважають деякі дослідники, пов'язані з біографією письменниці. Першу жертву звали «Вільям», а Вільям – ім'я її батька. Сина М. Шеллі також звали Вільямом, який помер через три роки після того, як Шеллі передбачила його смерть. Тож роман є віддзеркаленням її власних прихованих страхів. Таким чином, твір у цілому і художні образи, які вміщують інформацію не тільки про дійсність, яка оточувала письменницю, а й про потаємні сторони особистості авторки.

Герої роману водночас виявляються і не виявляються перевтіленням самої авторки, адже на відображення власного образу на шаровуються вимишлені суб'єктивні уявлення, і як жінка сприймається культурним поглядом. Жінка-письменниця, репресована та маргінальна істота, знаходить те, що її означає у комусь іншому, а саме в образі чоловіка [9]. Образ Віктора Франкенштейна співвідноситься з жіночим тілом – чутливістю, емоціями, афектами, але не діями. С. Гілберт і С. Губар дослідили той факт, що автори – чоловіки наділили образи «монстра» протилежними рисами, а саме, жорстокими, невгамовними та лютими, тобто не такими, як жінки-письменниці, які останні у своїй творчості досліджують, спростовують та асимілюють ці риси характеру у своїх творах [7].

Таке положення, а також спогади М. Шеллі, дають змогу говорити про підсвідому гру авторки з самою собою. Ця гра має реальне підґрунтя та відзначається характером перевтілення, бо сам роман сприймався М. Шеллі не тільки як художній твір, а як відбиток щасливих годин, коли горе і смерть були для неї лише словами, що не знаходили справжнього місця у її серці. Окремі сторінки роману, як згадувала письменниця, нагадують поїздки, бесіди, прогулянки, коли вона була не одна, і її супутником був той, кого вона більше не побачить у цьому світі.

Таким чином, ми можемо зробити висновки, що герої М. Шеллі – це яскраво виражені бінарні структури з екстремальними проявами, які походять від міфологічних пластів. Функціонуючи з законами романтичного світогляду, роман М. Шеллі став актом буття і з часом, отримуючи самостійне життя, виявився пам'ятною сторінкою історії. Романтична ідея роману вимагала від творчої особистості ретельного аналізу емоційних почуттів, що спричинили відтворення з глибин підсвідомості «такого сну, як Франкенштейн» [10]. Віктору Франкенштейну та істоті характерні наступні типові риси: 1) самотність, потворність, непередбачуваність у підступництві негативного двійника; 2) загальні корені, а саме – первісна єдність; 3) індивідуальний простір для кожного з двійників; 4) поєдинок між двійниками і смерть одного з них. Завдяки романтичній грі М. Шеллі, двійники-антагоністи перевтілюються на перевтілені симетричні й асиметричні образи.

Отже, ми і надалі можемо використовувати лінгвістичний аналіз тексту для пояснення ідейного, емоційного та естетичного смислу тексту, на якому ґрунтується текст, визначати відбір та функціонування мовних засобів для образного відображення об'єктивної дійсності та з'ясування імпліцитних смислів у тексті.

### Література:

1. Агранович С. В., Саморукова И. В. Двійництво. – Самара : Самарський університет, 2001. – 132 с.
2. Бахтін М. М. Форми часу й хронотопу в романі. Очерки з історичної поетики. // Бахтін М. М. Питання літератури та естетики. Дослідження різних років. – М. : Худож. літ., 1975 – С. 234-408.
3. Бірхед Е. «Історія жаху: Дослідження готичного роману». – Худож. літ., 1921.
4. Бьорк Э. Філософське дослідження про походження наших ідей піднесеного та прекрасного. [http://www.koob.ru/mastertest.ru/books/filosofskoe\\_issledovanie.rar](http://www.koob.ru/mastertest.ru/books/filosofskoe_issledovanie.rar)
5. Варма Д. Готичне полум'я. – М. : Наука, 1957.
6. Григор'єва С. В. Готичний роман своєрідність фантастичного у прозі англійського романтизму. Ростов-на-Дону, 1988. Ладигін М. Б. Англійський готичний роман і проблеми перед романтизмом. – М., 1978.
7. Gilbert S. M., Gubar S. *The Madwoman in the Attic: The woman writer and the nineteenth century literary imagination*. – New Haven, Lnd. : Yale University Press, 1984. – 719 p.
8. Дельоза Ж., Вуліс А. Трансцендентальний емпіризм. Київ, 2009. – За загальною редакцією В. І. Ярошовця.
9. Слістратова А. Передмова // Шеллі М. Франкенштейн, або Сучасний Прометей. – М. : Художня література, 1965. – С. 3-23.
10. Жеребкина И. «Прочти мое желание...» Постмодернизм. Психоанализ. Феминизм. – М. : Идея-Пресс, 2000. – 256 с.

11. Жирмунський В. М. Англійський передромантизм // Жирмунський В. М. З історії західноєвропейських літератур. – М. : Наука, 1981. – С. 153.
12. Заблудовський М. // Літературна енциклопедія: В 11 т. – М., 1929-1939. – Т. 9. – С. 11-17.
13. Hindle M. Introduction // Frankenstein. – Lnd. Etc.: Penguin Books, 1985. – P. 7-42.
14. Ипполитов А. Angst, horror, terribilita // Сеанс (електронний журнал). – № 14 <http://seance.ru/n/14/filmv-rabote/angst-horror-terribilita/>
15. Козачишина О. Л. Лінгвістичні прояви гендерних характеристик англомовних художніх текстів – Вінниця : Нова Книга, 2003. – 208 с.
16. Копалейшвили Н. Г. Роман М. Шелли «Франкенштейн или современный Прометей»: Автореф. дис.... канд. филол. наук: 10.01.05 / Тбилисский государственный педагогический университет им. А. С. Пушкина. – Тбилиси, 1975. – 25 с.
17. Лавкрафт Г. Ф. Надприродний жах в літературі. <http://literature.gothic.ru/hpl/main.shtml>
18. Lesser V. Introduction // Frankenstein. – London : Campbell, 1992. – P. 9-22.
19. Лотман Ю. М. Структура художнього тексту // Лотман Ю. М. Об искусстве, 1998 – С. 14-285.
20. Моерс Е. Сучасний готичний жанр. – М., 2000.
21. Прайс Ю. Все про живописне в порівнянні з піднесеним і красою. – М., 1794-1798.
22. Романчук Л. В контексте романтичного демонізму. – Днепропетровск : Я. Саволевский, 2000. – 181 с.
23. Словарь литературных терминов. – М., 1925.
24. Соловьева Н. А. У истоков английского романтизма. – М. : Издательство Московского университета, 1988. – 230 с.
25. Спарк М. Мери Шелли // Эти загадочные англичанки. – М. : Прогресс, 1992. – С. 234-362.
26. Shelley M. Вікіпедія – Готичний жанр // Книга онлайн.
27. Ямпольский М. Демон и лабиринт научн. пр. – М., 1996. Вып. VII. – 335 с.

**Занько Г. П.,**

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ

## ЛЕКСИЧНІ ІННОВАЦІЇ ЯК КОМПОНЕНТ КОГНІТИВНОГО РОЗВИТКУ ДИТИНИ

*Стаття присвячена розгляду лексичних інновацій як компонента когнітивного розвитку дитини, екстралінгвальних й інтралінгвальних факторів їхнього виникнення, методів дослідження цих лексем та основних аспектів історії вивчення дитячого мовлення. Проводиться аналіз дитячих лексем, виявлених у словниках української мови та за період спостереження над дітьми дошкільного віку.*

**Ключові слова:** дитяча лексика, дитячий неологізм, системність, нормативна мова, звуконаслідувальні слова, словотвірний механізм мови.

*Статья посвящена рассмотрению лексических инноваций как компонента когнитивного развития ребенка, экстралингвальных и интралингвальных факторов их возникновения, методов исследования этих лексем и основных аспектов истории изучения детской речи. Проводится анализ детских лексем, обнаруженных в словарях украинского языка и за период наблюдения над детьми дошкольного возраста.*

**Ключевые слова:** детская лексика, детский неологизм, системность, нормативная речь, звукоподражательные слова, словообразовательный механизм речи.

*The article considers lexical innovations as a component of cognitive development of a child as well as intralingual and extralinguistic factors of their origin, methods of studying these token and basic aspects of the history of child language's study. The analysis of children's tokens found in dictionary of Ukrainian language is carried out as well as during the period of observation of children of preschool age.*

**Key words:** child's vocabulary, child's neologism, systematic, normative language, onomatopoeic words, derivational mechanism of speech.

Мова – конкретна реально існуюча знакова система, яка використовується в певному соціумі, в певний час і на певній території [1]. В енциклопедії «Українська мова» знаходимо таке визначення мови: «характерний для людського суспільства специфічний вид знакової діяльності, який полягає у застосуванні історично усталених у певній етнічній спільноті артикуляційно-звукових актів для позначення явищ об'єктив, дійсності, їх ідеальних відображень у свідомості з метою обміну між членами спільноти осмислюваною інформацією та фіксації інформації шляхом» [10, с. 346]. Мова розглядається як універсальний спосіб буття людини і культури. Їхні глибинні основи розглядаються через аналіз можливостей мови. А дослідження дитячої лексики дає змогу заглянути в ці глибинні основи.

Виходячи з усього вищезазначеного, актуальність нашого дослідження зумовлена тим, що, незважаючи на численні праці, присвячені дитячому мовленню, дотепер існують прогалини в описі мовної картини світу українськомовної дитини.

**Об'єкт дослідження** – сукупність дитячих лексем, виявлених у словниках української мови та за період спостереження над дітьми дошкільного віку.

**Предмет дослідження** – лексичні інновації як компонент когнітивного розвитку дитини, екстралінгвальні й інтралінгвальні фактори їхнього виникнення.

**Джерелознавчою базою** дослідження стали «Словник української мови» (в одинадцяти томах за ред. І. К. Білодіда) [7], «Етимологічний словник української мови» [4], «Словник української мови» (у чотирьох томах за ред. Б. Грінченка) [8], «Словник української мови 16 – першої половини 17 ст.» [9]. У дослідженні також використані матеріали спостережень за мовленнєвою поведінкою групи дітей дошкільного віку. Адже саме вік від трьох до шести років має велике значення для вивчення дитячої лексики, саме в цей час у дітей з'являються уявлення, які поступово оформлюються в поняття, засновані на виділенні загальних властивостей у класах речей або подій. Якщо навчання дитини в ці періоди буде проведено неправильно, поняття можуть бути деформовані або може відбутися їхня заміна альтернативними поняттями відповідної мови.

**Завдання дослідження** зумовили необхідність використання таких методів: описовий (служить для інвентаризації основних лексем дитячого мовлення й пояснення особливостей їхньої будови та функціонування на певному етапі розвитку дитини), метод конкретного спостереження (для спостереження за мовленням дітей дошкільного віку), контрастивний (при типологізації дитячих лексем).

Дитяче мовлення є надзвичайно складним явищем, тому не може розглядатися лише в межах однієї наукової дисципліни. Для того, щоб провести повне й адекватне вивчення дитячої лексики, потрібна кооперація спеціалістів із різних галузей гуманітарних наук: психо- і соціолінгвістики, етнографії, семіотики, прагматики й інших.

Стосовно історії вивчення феномена дитячої лексики виділяють три основних етапи:

- Передумови наукового вивчення дитячого мовлення (друга половина XIX – середина XX століття).
- Фундаментальні теоретичні дослідження дитячого мовлення (50-70 р. р. XX століття).
- Міждисциплінарне вивчення дитячого мовлення (з 80-х р. р. XX століття).

Наприкінці XIX – в першій половині XX століття у працях російських і закордонних лінгвістів (І. Ген, А. Н. Гвоздев, Н. А. Рибников, В. А. Богородицький, Ф. Афонський, А. Р. Лурія, Л. С. Виготський) були закладені всі необхідні передумови для більш глибокого вивчення феномену дитячої лексики. Поступово вчені переходять до узагальнення й систематизації накопиченого за роки спостережень лінгвістичного матеріалу, їхньою основною метою стає розробка базової теорії дитячого мовлення з поясненням особливостей розвитку цього феномена.

Поступово дослідники приходять до висновку, що для створення загальнолюдської моделі оволодіння мовою необхідно використовувати дані різноманітних гуманітарних дисциплін. Так, з кінця 70-80-х років XX століття

у працях, присвячених вивченню феномена дитячої лексики, спостерігається використання даних соціології (Е. Сноу, Ч. А. Фергюсон), етнографії (Е. Очс, Б. Б. Чіффелін), прагматики (Д. Хаймс, С. Ервін-Тріпп). На стику когнітивних наук і лінгвістики з'являється когнітивна семантика (Ф. Кордье), яка досліджує основні семантичні категорії дитячого мовлення, та онтолінгвістика – комплексне вивчення розвитку мовлення дитини (С. Н. Цейгліні).

Отже, незважаючи на численність теорій, спрямованих на пояснення механізмів виникнення і розвитку дитячого мовлення, дотепер відсутній єдиний погляд на феномен дитячої лексики. Причинами цього, на думку деяких учених, є вивчення дитячої лексики у відриві від більш глибокої теорії генезису людської мови.

Найціннішим для лінгвіста в дослідженні дитячої лексики є так зване відхилення від норми: «у ребенка нет ни разнобоя, ни господства случая. Он, несомненно, попадает мимо цели, но он последователен в своих промахах...» [11, с. 105]. Адже та чи інша граматична одиниця, яку намагається засвоїти дитина, має бути поставлена відповідно до вже наявних у граматиці однотипних одиниць, тобто осмислена як представник певної грами. При цьому між смыслом і граматичним значенням має бути зрозуміле і чітке співвідношення, яке повторюється в аналогічних випадках (наприклад, форма однини іменника позначає реальну кількість предметів, яке дорівнює одному, а форма множини – певну множину предметів, форма жіночого роду вказує на особу жіночої статі, а форма минулого часу вказує на реальне передування події моменту мовлення – це все отримало назву «іконічності» відношення між смыслом і граматичним значенням). О. В. Бондарко наводить таке визначення мовного змісту: «Языковое семантическое содержание – это мыслительное в своей основе содержание: а) выраженное средствами данного языка; б) структурированное языковыми единицами и их соотношениями; в) включенное, таким образом, в систему данного языка и образующее его содержательную сторону, т. е. выступающее как содержание языковых единиц, их комплексов и сочетаний в системе языка и в процессе его функционирования; г) отражающее различие и взаимодействие аспектов и уровней языка (что выявляется в дифференциации лексических, словообразовательных, морфологических и синтаксических значений); д) социально объективированное в данном языковом коллективе; е) заключающее в себе определенный способ представления (языковую интерпретацию) мыслительной основы содержания» [2, с. 80].

Але в будь-якій мові трапляються відступи від «іконічності» (наприклад, конфлікт між «глибинною» і «поверховою» семантикою, смисловий корелят певних граматичних форм відсутній узагалі). Так, форма однини іменників може бути використана для позначення реальної множини предметів (*картопля* – «сукупність картоплин») або в тому разі, коли характер денотата взагалі виключає можливість кількісної характеристики (*молоко, вода, пісок, сніг*), а форма множини, яка позначає реальну множину предметів, може бути використана безпосередньо до їхньої кількості (*ножиці, сани*). Усі ці та інші відступи від «іконічності» можливі через те, що граматичні значення в мовах флективно-синтетичного типу характеризуються обов'язковістю, тобто примусово виражаються у всіх випадках використання граматичних форм.

Сукупність похідних і твірних моделей може бути дуже широким, проте лише традицією вибирається один із можливих способів номінації. Як зазначає В. Г. Гак, «... произвольность заключается в возможности выбора в пределах средств, предоставляемых языком, и свойств, характеризующих объект» [3, с. 83].

Дитячі інновації відрізняються від своїх нормативних еквівалентів ступенем відповідності системі чи просто системністю. Під системністю розуміють такий спосіб формального маркування семантичних відмінностей між мовними одиницями, при якому використовуються лише спеціально призначені для виконання цієї функції засоби граматичної техніки. Відомо, що граматичні способи маркування морфологічних і словотвірних значень в українській мові досить різноманітні, крім словозмінних і словотвірних афіксів. При цьому основними маркерами є афікси, наявні в твірній словоформі слова чи твірному слові завжди, незалежно від використання інших граматичних засобів.

Отже, оскільки регулятором мовного розвитку дитини є когнітивний розвиток, який виражається у змісті і кодується вербальними й невербальними засобами, то досить перспективним виявляється вивчення функціонально-семантичних полів в аспекті їхнього онтогенетичного засвоєння (як формується функціонально-семантичне поле темпоральності, аспектуальності тощо).

Ми дослідили, що базою для утворення більшості слів дитячого мовлення є звуконаслідувальні слова, особливо вигуки, і визначили такі п'ять груп лексем, які є результатом звуконаслідування:

- 1) слова, що відтворюють звуки, які видають тварини (*га-га* (гуска) – відтворення крику гусей);
- 2) вигуки, за допомогою яких підкликають або відганяють птахів чи тварин (*тютя* (курка) – від тютю – підкликання курей);
- 3) лексеми, які виражають уявлення мовця про звуки і шуми реалій неживої природи (*буль-буль* (вода) – звук, який чується, коли воду наливають у щось);
- 4) слова, які відтворюють звуки предметів, механізмів, якими користується людина (*у-у-у, ту-ту* (машина, потяг, їхати) – відтворення звуків сигналу машини, локомотива);
- 5) лексеми, які відтворюють звуки, пов'язані з людською діяльністю, і суб'єктом яких є людина (*ам-ам, гам-гам* (їсти, їжа) – коли людина починає щось їсти, вона немов беззвучно промовляє «ам», *кить-кить* – котитися, *цьом* – вигук, який виражає поцілунок).

Бачимо, що більшу частину слів дитина засвоює шляхом наслідування, аналогії з мовою дорослих. Дитячі лексеми є потенційними компонентами словотвірних гнізд, наявних у сучасній українській мові. Вони виступають стосовно того чи іншого слова нормативної мови як похідні від нього (у разі прямого словотворення), твірні (у разі зворотного словотворення) або замінні (у разі замінного словотворення).

Будь-яка дитяча лексема виявляється лише новою комбінацією вже існуючих у мові морфем, причому правила комбінації морфем визначаються словотвірним механізмом мови, потенційно закладеними в ній можливостями поверхового або глибинного рівнів.

Підсумовуючи, зазначимо, що проведене дослідження дитячої лексики мовлення має і практичне значення, адже результати аналізу дитячих лексем можуть бути корисні тим лінгвістам, психологам і педагогам, які зацікавлені у вивченні мовлення в дітей дошкільного віку, і застосовуватися при навчанні їх рідній або іноземній мові.

#### Література:

1. Бацевич Ф. С. Філософія мови: історія лінгвофілософських учень: [підручник] / Флорій Сергійович Бацевич. – К. : ВЦ «Академія», 2008. – 240 с.
2. Бондарко А. В. Грамматическое значение и смысл / Александр Владимирович Бондарко. – Л., 1978. – 176 с.
3. Гак В. Г. К диалектике семантических отношений в языке / Владимир Григорьевич Гак // Принципы и методы семантических исследований. – М., 1976. – 239 с.
4. Етимологічний словник української мови: В 7-ми томах / НАНУ; Ін-т мовознавства ім. О. О. Потебні; Уклад.: Р. В. Болдирев, В. Т. Коломієць, А. П. Критенко; Редкол. О. С. Мельничук та ін. – Київ: Наукова думка. – (Словники України).
5. Крутій К. Л. Граматична норма як компонент культури мовлення дитини дошкільного віку / Катерина Леонідівна Крутій // Науковий вісник Південноукраїнського державного університету ім. К. Д. Ушинського. Збірник наукових праць. – Одеса, 2002. – Випуск 4-5. – С. 155-161.
6. Крутій К. Л. Дитячі оказіоналізми як продукт мовної системи / Катерина Леонідівна Крутій // Дошкільна освіта. – 2009. – № 4 (26). – С. 34-43.
7. Словник української мови: В 11 т. / АН УРСР. Інститут мовознавства; за ред. І. К. Білодіда. – Київ : Наукова думка, 1970-1980.
8. Словник української мови. В 4-х т. / НАНУ; Упорядкував з додатком власного матеріалу Б. Грінченко. – Київ : Наукова думка.
9. Словник української мови 16 – першої половини 17 ст.: [у 28-ми вип.] / НАНУ, Ін-т українознавства ім. І. Крип'якевича; [редкол.: Д. Гринчишин, У. Єдлінська, Я. Закревська та ін.; гол. ред.: Д. Гринчишин]. – Львів.
10. Українська мова: Енциклопедія / НАНУ; Ін-т мовознавства ім. О. О. Потебні НАНУ; Редкол.: Русанівський В. М., Тараненко О. О., Зяблюк М. П. та ін. – 2-вид., виправлене і доповнене. – Київ : Українська енциклопедія ім. М. П. Бажана, 2004. – 824 с.
11. Якобсон Р. О. Избранные работы / Роман Осипович Якобсон. – М., 1985. – 455 с.



Засанська Н. Д.,

Кіровоградський державний педагогічний Університет імені Володимира Винниченка

## ЗІСТАВНИЙ АНАЛІЗ МІКРОПОЛІВ ЕКОНОМІЧНА КРИЗА/ ECONOMIC CRISIS В УКРАЇНСЬКІЙ ТА АНГЛІЙСЬКІЙ МОВАХ

*У статті висвітлено результати зіставного аналізу лексико-семантичних мікрополів економічна криза/ economical crisis в українській та англійській мовах. Досліджено взаємовідношення між лексичними одиницями порівнюваних лексико-семантичних мікрополів та розкрито спільні та відмінні риси.*

**Ключові слова:** сема, лексема, компонентний аналіз, лексико-семантичне поле, ядро, навколо ядерна зона, периферія, матриця.

*В статье освещены результаты сопоставительного анализа лексико-семантических микрополей экономической кризис / economical crisis в украинском и английском языках. Исследованы взаимоотношения между лексическими единицами сравниваемых лексико-семантических микрополей, раскрыты общие и отличительные черты.*

**Ключевые слова:** сема, лексема, компонентный анализ, лексико-семантическое поле, ядро, ядерная зона, периферия, матрица.

*The article analyzes structural representation of the lexical-semantic fields **economical crisis** in Ukrainian and English based on the component analysis. The relationships between lexical units of the fields as well as common and distinctive semantic features are investigated.*

**Key-words:** *sema, lexeme, component analysis, lexical-semantic field, core, around core zone, peripherals, matrix.*

Сучасні мовознавчі дослідження виявляють підвищений інтерес до вивчення семантики мови. Це пояснюється тим, що лексичний склад кожної мови відображає специфіку мислення народу-носія, відкриваючи національні особливості сприйняття навколишньої дійсності. Пізнання семантичних особливостей мови дозволяє належно представити структуру мови. Тому опора в зіставних дослідженнях саме на семантику дає змогу розкрити значну кількість структурних особливостей мови, зумовлених специфікою мовної системи, що в результаті наближує до розв'язання проблеми взаємовідношення мови та мислення [5, с. 90]. Порівняльний аналіз лексичних одиниць різних мов дозволяє розпізнати семантичні властивості кожної мови та виявити відмінні чи подібні риси.

На сучасному етапі розвитку мовознавчих досліджень системний підхід є одним з базових при вивченні лексики. Згідно цього підходу, мова розглядається як система з певною структурою, де слова вивчаються не ізольовано, а в протиставленні з іншими одиницями – через відношення та зв'язки, що вони утворюють. Тому ідея системності лексики тісно пов'язана з семантичним полем – лексико-семантичною системою, де компоненти виявляються шляхом зіставлення значень. Відтак, вивчення системних зв'язків лексики полягає у виокремленні семантичних полів та визначенні їх семантичної структури, котра відображає системність знань людини про довколишній світ. В сучасних дослідженнях лексико-семантичного поля, останнє розглядається як семантичний простір, що переходить від однієї ядерної зони до іншої, а тому прийнятнішим візуальним представленням лексичного поля є модель зірки, центр якої «посилає промені» до найвіддаленіших центрів інших полів [13, с. 52-68]. Тим самим різні поля взаємопроникають одне в одне, утворюючи єдиний семантичний простір. Поняттєве ядро поля віддзеркалює центральний та периферійний статус елементів, визначаючи відстань всередині поля між лексичними одиницями – чим повніше лексема відображає центральне поняття лексико-семантичного утворення, тим ближче до ядра вона знаходиться.

В наш час мовні дослідження демонструють яскраво виражений антропологічний характер. Увага мовознавців зосереджується на проблематиці людської особистості. Як наслідок, особливого значення в лінгвістичних дослідженнях набувають психолінгвістичні та соціолінгвістичні пошуки – «мова повинна вивчатися у зв'язку з мисленням, свідомістю, культурою і суспільною поведінкою людини як органічної частини етносу, народу, нації» [7, с. 5].

В зв'язку з економічними змінами останніх років дослідження явища кризи активізувались в різних наукових сферах життя людини, проте мовознавчі пошуки охоплюють здебільшого межі політичної та соціальної лінгвістики [3; 4; 7]. Відсутність системного зіставного вивчення лексики, що відображає соціальні реалії, а саме, **економічної кризи**, зумовлює нас проаналізувати лексичні одиниці, що утворюють лексико-семантичні мікрополя **економічна криза/economical crisis** в українській та англійській мовах, розкривши семантичну сутність та особливості лексем, що репрезентують це поняття в порівнюваних мовах. Компонентний аналіз елементів лексико-семантичних мікрополів **економічна криза/economical crisis** робить можливим розширити розуміння цього явища, розкриваючи зв'язки між лексемами, які його вибудовують та знайти їх місце в системі людських цінностей. Отже, **актуальність** обраної теми зумовлюється необхідністю дослідити семантичні особливості одиниць на позначення лексико-семантичних мікрополів в українській та англійській мовах, як таких, що позначають важливі мовні фрагменти навколишньої дійсності.

Відповідно до поставленої мети, **завдання** статті складають:

- зіставний аналіз дефініцій лексичних одиниць, що утворюють лексико-семантичні мікрополя **економічна криза/economical crisis**;
- виявлення семантичного потенціалу досліджуваних лексем;
- визначення структурних особливостей порівнюваних мікрополів **економічна криза/ economical crisis** в українській та англійській мовах.

Семантичні особливості конкретної мови розкриваються шляхом виявлення структурної організації одиниць лексичної системи. Одним із найефективніших методів пізнання семантики мови вважають компонентний ана-

ліз, сутність котрого виражається в «розщепленні лексичного значення слова на семи, обмежена кількість яких і комбінацій між ними дає змогу описати та систематизувати необмежену кількість значень, тобто охопити всю лексико-семантичну систему» [6, с. 7]. Під семою розуміємо найменший змістовий елемент, що утворює значення лексеми. Виділення в лексичній одиниці складових елементів може здійснюватися різними шляхами, наприклад через її зіставлення з іншими одиницями, які виражають семантичну подібність з нею. Семи можуть також виділятися шляхом лексикографічного виокремлення семантичних компонентів, оскільки в тлумачних словниках об'єктивуються системні лексичні зв'язки, а саме тлумачення здійснюється набором структурних формул. В нашому дослідженні притримуємось думки, що кожна тлумачна частина словникової статті представляє значення лексичної одиниці як набір семантичних компонентів, де кожний компонент словникового тлумачення прив'язується до семи [9, с. 78].

Дослідження лексички на матеріалі тлумачного словника сприяє глибшому аналізу специфічних особливостей лексем, характеризуючи їх в елементарних єдностях. Словникова стаття здебільшого відображає семантичну структуру слова детально та всеохоплююче, тому опора на дефініції тлумачного словника дає можливість досліднику розпізнати тотожності та відмінності лексичних одиниць на основі спільних та диференційних елементів дефініцій, опрацювати велику кількість лексичних одиниць та проаналізувати всі компоненти тлумачень, не виключаючи жодного з них.

Основним джерелом нашого матеріалу виступили такі словники: Словник української мови (СУМ) в 11 томах, Великий тлумачний словник сучасної української мови, Сучасний словник української мови (Том 1. А-Б.) та Оксфордський словник англійської мови – Oxford English Dictionary (OED) в 20 томах [2; 11; 12; 14].

Для глибшого охоплення всіх системних зв'язків, що утворюють досліджувані одиниці, лексико-семантичні мікрополя **економічна криза/economical crisis** були побудовані у вигляді матриць, упорядкування яких здійснюється за ранговими списками як лексем, так і сем, де найскладніші за семантичним змістом лексеми починають ранговий список, а найпростіші закінчують його. Аналогічна закономірність проявляється і на семному рівні – найвищочастотніші семи починають горизонтальний ряд, найменш частотні семи закінчують. Побудоване поле уможливорює виділення ядерних центрів, що формуються навколо найуживаніших сем [7, с. 47].

Лексико-семантичне мікрополе **економічна криза** в українській мові складається з 54 лексем. В словнику української мови [2, с. 586], на відміну від англійського OED, позначенню економічної кризи відводиться окрема словникова стаття: **криза** – *періодичне перевиробництво товарів, що призводить до різкого загострення всіх суперечностей економіки країни: до скорочення виробництва, розладу кредитних і грошових відносин, банкрутства фірм, масового безробіття і зuboжіння населення*. Крім того, укладачами словника пропонується розмежовувати різні вияви економічної кризи: **фінансова криза** – *глибокий розлад фінансової системи держави*; **біржова криза** – *масовий розпродаж акцій та облігацій на фондовій біржі, спричинений різким падінням курсу цінних паперів*; **валютна криза** – *різкі коливання валютних курсів, девальвація та ревальвація валют тощо*; **грошово-кредитна криза** – *порушення грошового обігу внаслідок інфляційних процесів у країні*.

В англійській мові лексико-семантичне мікрополе **economical crisis** складається з 80 лексем, відібраних шляхом аналізу словникових дефініцій. Оксфордський словник англійської мови (Oxford English Dictionary) не передбачає окремої словникової статті на позначення економічної кризи, тому в нашому дослідженні ми відштовхувались від ядерного мікрополя **difficulty**.

Одиниці полів демонструють значну кількість семних збігів у формулах тлумачення. В результаті кількісних підрахунків найчастотнішими інтегративними семами (об'єднують більше 9 лексем) в англійській мові виявилися семи: *'action'* (22), *'state'* (15), *'fall'* (15), *'failure'* (14), *'condition'* (12), *'finance'* (12), *'pay'* (11), *'price'* (11), *'money'* (11), *'decline'* (10), *'ruin'* (10), *'business'* (10), *'collapse'* (10) та *'дія'* (21), *'стан'* (11), *'економіка'* (11), *'руйнування'* (10), *'занепад'* (8), *'падіння'* (7) в українській мові. Кожна з цих сем на основі опозиційних відношень формує групу, виконуючи роль спільного семантичного компоненту. Указані семи є ядерними, оскільки вони найповніше описують семантику економічної кризи в англійській та українській мовах. Ці семантичні компоненти характеризують економічну кризу в найзагальніших та найбазовіших ознаках: криза – стан економіки, що відзначається падінням економічних показників та супроводжується зниженням кількості, якості та цінності матеріальних благ.

Відповідно до виділених семантичних центрів до ядра лексико-семантичного поля **economical crisis** в англійській мові відносимо 5 одиниць: **fall** (падіння), **failure** (провал), **decline** (спад), **collapse** (колапс) та **ruin** (руїна). Ядро лексико-семантичного поля **економічна криза** в українській мові кількісно менше та представлене елементами – **занепад**, **руйнування**, **падіння**. Елементи ядерних зон демонструють тісні семантичні відношення зумовлені близькістю значень вказаних лексем.

Як показує мовний матеріал, в англійців розуміння економічної кризи здебільшого збігається з українським. Семантичні компоненти *'fall'* і *'finance'* в англійській та *'падіння'* і *'економіка'* в українській виявляються найактивнішими інтегруючими елементами ядра поля **economical crisis** в обох мовах, що дозволяє визначити смислове ядро порівнюваних полів – «падіння економіки».

Аналіз лексичного наповнення ядра поля показав, що одиниці **fall** та **падіння** виявляють значну семантичну подібність: в англійській мові семантичний зміст лексеми **fall** представлений значеннями, що містять вказівку на високий ступінь вияву економічної кризи – *sinking to a lower level* (зниження, спад), *decline*, *decay* (падіння, занепад), *sinking down or reduction in price, value* (падіння цін). В українській мові лексема **падіння** пояснюється як стан та дія слова **падати**: *ставати меншим, знижуватися (про те, що вимірюється, обліковується); переставати діяти, скасовуватися (про політичний лад, уряд і т. ін.)*.

Спільну семантику з лексемою **падіння** розкривають також лексичні синоніми **decline**, **failure** та **collapse**, що характеризують ритми економіки вимірюються коливанням цін, розширенням та звуженням виробництва,

товарного обігу, ростом та скороченням заборгованості, станом ринків, ціною, об'ємами та напрямком руху кредитних ресурсів. Мінливість економічної системи виражається у значеннях лексичної одиниці **decline** – *a downward movement or gradual fall in price or value in commerce* (рух вниз або поступове падіння ціни чи вартості), *the process of declining or sinking to a weaker or inferior condition* (процес занепадання, послаблення, погіршення).

Семантична наповненість лексеми **failure** також виражає факт провалу бізнесу (*the fact of failing in business*) та факт невдачі людини при досягненні цілі, потреба успішності (*the fact of failing to effect one's purpose, want of success*). Падіння фінансової системи призводить до банкрутства, неспроможності платити (*bankruptcy, insolvency*) та виконувати фінансові зобов'язання (*default*).

Значення лексеми **collapse** в англійській мові можна співвіднести з тлумаченням слова **занепад** в українській. Порівняйте словникові статті зіставлюваних мов: в англійській – *the action of collapsing, or of falling or suddenly shrinking together, breaking down, giving way* (крах, падіння, раптове скорочення, руйнування, кінець), *failure, 'break-down' of an institution, enterprise, established condition of things* (крах, провал установи, підприємства, встановленого порядку речей) та в українській – *погіршення загального стану, зниження рівня розвитку; втрата політичної або економічної могутності; протилежне піднесення, розквіт*.

Семантика негативних наслідків, руйнівної сили економічної кризи розкривається в словах **ruin/руйнування**. Віднесеність лексем **ruin** та **руйнування** до ядра лексико-семантичних полів **economical crisis/ економічна криза** свідчить про ідентичні уявлення англійців та українців про руйнацію звичайного укладу життя, в наслідок економічних потрясінь. В англійській мові лексема **ruin** позначає знищення, повне повалення чи спустошення системи (*destruction, complete overthrow or devastation*), втрату засобів, позицій чи положення (*utter loss of means, position, or rank*), занепад людини або суспільства (*the downfall or decay of a person or society*), падіння та крах системи, структури (*the act of giving way and falling down, on the part of some fabric or structure*). В розумінні українців **руїна** – це також *повний розвал, розруха; руйнування, знищення чого-небудь; повне розорення, занепад чого-небудь*.

Отже, в результаті семантичного аналізу ядерних одиниць, що утворюють лексико-семантичні поля **economical crisis/економічна криза** виявлено семантичну спорідненість зіставлюваних одиниць англійської та української мов. Проте, елементи ядра поля **economical crisis** демонструють вужче економічне забарвлення, тоді як одиниці українського поля **економічна криза** розкривають в своїх значеннях загальні риси змін в економічній сфері.

Лексеми навколоядерної зони визначались на основі кількісних підрахунків (зараховувались групи слів із семними центрами, що об'єднують від чотирьох до дев'яти лексем поля в англійській мові та від чотирьох до семи в українській). В англійській мові до навколоядерної зони належать лексеми **loss** (втрата), **break** (спад), **destruction** (руйнація), **lessening** (зменшення), **reduction** (скорочення), **diminution** (зменшення), **lowering** (зниження), **decrease** (зменшення), **sinking** (опускання), **descent** (спад), **bankruptcy** (банкрутство), **insolvency** (плато-неспроможність), **bankrupt** (банкрут), **insolvent** (платонеспроможний), **crash** (крах) та **ruined** (зруйнований), а в українській – **втрата, розорення, зменшення, зниження, припинення, зміна, провал, погіршення**.

Економічна криза спричиняє матеріальні збитки та втрати. Періоди економічних спадів виражаються в крахові фінансових систем, знищенні комерційних центрів, руйнації торговельних установ. В порівнюваних мовах ці поняття виражаються елементами **loss** та **втрата**. Іменник **loss** виражає семантику загибелі, краху, знищення (*perdition, ruin, destruction*). В англійській та українській мовах знаходимо спільні значення: наприклад, в англійській мові лексема **loss** розкривається в значеннях позбавлення чогось, неможливості захистити свою власність, приналежності та права (*the being deprived of, or the failure to keep a possession, appurtenance, right*), в українській – *той (те), хто (що) втрачений (втрачене); що-небудь загублене, вкрадене, розбите і т. ін.* В обох одиницях присутнє вираження зменшення кількості, проте в англійській мові диференційною ознакою виступає втрата позицій та переваг (*diminution of one's possessions or advantages*). Для українців характерним є розуміння втрат як *марного, без користі витрачання чого-небудь, особливо грошей, коштів, витрачених на що-небудь*, для носія англійської мови **loss** – це шкода чи незручності, пов'язані з втратою чогось, або зміною обставин (*detriment or disadvantage involved in being deprived of something, or resulting from a change of conditions*). В українських тлумаченнях лексеми **втрата** знаходимо семантичний відповідник – *збитки*.

Семантика наслідків економічної кризи виражається в лексемі **destruction**, зазначаючи факт, умови та стан зруйнованості (*the fact, condition, or state of being destroyed, ruin*). Крім того, лексичний варіант **ruin** розкриває спільну семантику слова **destruction** з одиницею **ruined** – *brought to financial, social, or moral ruin* (зазнавати фінансового, соціального чи морального краху); *destroyed* (зруйнований); *entirely spoiled* (суцільно зіпсований).

Економічні труднощі призводять до несвоєчасності виплат, неможливості здійснювати виплати за борговими зобов'язаннями та виконувати певні умови договору. В англійській мові цей фінансовий стан виражають іменники **insolvency, bankruptcy, insolvent** та **bankrupt**, котрі виявляють семантичну подібність. Зокрема, значення *the fact of being unable to pay one's debts or discharge one's liabilities* (факт неспроможності оплатити свої борги або зобов'язання) є спільним для слів **insolvency** та **bankruptcy**. Хоча, в дефініції слова **bankruptcy** не знаходимо вказаного значення, а лише скеровування на прикметник **bankrupt** (*the state of being bankrupt, the fact of becoming bankrupt* – стан, факт банкрутства), проте подальше тлумачення цього прикметника (*unable to pay debts, insolvent*) демонструє семантику іменника **bankruptcy**. Зіставлення тлумачень лексем **insolvent** та **bankrupt** розкриває семантичну синонімічність вказаних прикметників. Порівняйте вживання: **insolvent** – *unable to pay one's debts or discharge one's liabilities*; **bankrupt** та **bankrupt** – *under legal process because of insolvency; unable to pay debts; insolvent*.

В навколоядерній зоні українського лексико-семантичного мікрополя **економічна криза**, на відміну від англійського, семантику фінансових втрат, руйнування, знищення демонструє лише лексема **розорення**, що по-

яснюється через дієслово **розоритися** – *ламати, спустошувати, перетворювати що-небудь у руїни; позбавляти кого-небудь багатства, достатку, майна; доводити до злиднів, зубожіння*.

Як показують результати семантичного аналізу дефініцій зіставлених мікрополів, навколоядерна лексика також містить значну кількість одиниць, що розкривають семантичну специфіку **економічної кризи/economical crisis** через позначення дії, стану та процесів **зменшення, зниження, припинення** (в англійській – **reduction, diminution, descent, decrease, sinking, lessening**). Вказані лексеми характеризуються спільними рисами, виконуючи роль семантичних синонімів в системах порівнюваних мов.

У досліджуваному матеріалі навколоядерної лексики виявлено специфічні елементи, наприклад в українській мові значимими одиницями є лексеми **зміна** та **погіршення**, остання з котрих належить до периферії в англійському лексико-семантичному мікрополі **economical crisis**. Щодо слова **зміна**, то воно є ключовим для пояснення кризи в розумінні українців: **криза** – *різка зміна звичайного стану речей; злам, загострення становища*. Сама ж лексема **зміна** позначає *перехід, перетворення чого-небудь (стану, руху, ознаки, властивості і т. ін.) у щось якісно інше; змінювання*. В англійській мові елемент 'change' також присутній, але виявляється лише на земному рівні, що дає підстави говорити про універсальні ознаки розуміння явища **кризи** в порівнюваних мовах. Крім того, спостерігається семантична спільність мовної одиниці **зміна** зі словом **погіршення**, яке пояснюється через дієслово **погіршувати** – *робити що-небудь гіршим за якість, властивостями, ознаками; змінювати на гірше; робити дуже важким, нестерпним (умови життя, обстановку)*.

Отже, семантика одиниць навколоядерної зони мікрополів **economical crisis/економічна криза** відзначається близькістю, виражаючи спільну вказівку на руйнівні наслідки **кризи**: втрату певних матеріальних благ, зниження рівня життя людей, зменшення доходів, появу боргових зобов'язань та ін.

Аналіз досліджуваних мікрополів підтверджує той факт, що елементи ядра лексико-семантичного поля концентрують максимальну кількість ознак, тоді як в зоні периферії інтенсивність цих властивостей зменшується. Межі між ядром та периферією розмиті, тому що перехід від ядра до периферії здійснюється поступово [1, с. 82]. Одиниці ядра демонструють визначеність, чіткість, а елементи периферійної зони розкривають індивідуальні, неясні риси виражені поля. З іншої сторони, розмитість меж периферії не свідчить про її деструктивний характер, що повністю унеможливило б поділ поля на ядро та периферію.

Периферія порівнюваних лексико-семантичних полів демонструє семантичну багатогранність та лексичну різноманітність. В досліджуваних полях присутні одиниці на позначення економічної кризи, вживання котрих обмежують стилістичні рамки: економічні терміни (наприклад, в англійській мові **recession, depression**, а в українській – **стагнація, депресія**); одиниці розмовної та поетичної мови, сленгу, діалектизмів, архаїзмів (зокрема лексеми **bust, smash, crack-up, break-down, flop, burst, downer, bust** мають спільні семантичні риси – 'failure', 'collapse', 'decline', проте одиниця **flop** належить до діалектної лексики; слова **burst** та **downer** вживаються у переносному значенні; лексема **bust** характерна для американського варіанту англійської мови). В українській мові вказані лексеми частково розкривають свою семантику за допомогою одиниць **розвал, крах, перелом, підупад, розруха, занепадок, розруй**, проте одиниця **занепадок** є застарілою та рідковживаною, а слово **розруй** використовується переважно в поетичній мові.

В лексико-семантичному мікрополі **economical crisis** наявна значна кількість одиниць на позначення конкретних, економічних явищ: **squeeze** (складне економічне становище), **softness** (тенденція до депресії) **crunch** (криза), **melt-down** (падіння вартості), **shake-out** (криза фондових бірж), **tightness** (недостатня кількість грошей на ринку), **pressure** (тиск на грошову одиницю), **stand-still** (відкладання боргових виплат), **slump** (спад), **downturn** та **downtrend** (економічний спад), **stoppage** (призупинка виплат), **slow-down** (протест робітників; рецесія), **depreciation** (знецінення грошей), **deficit** (дефіцит), **default** (дефолт), **inflation** (інфляція). Цікавим прикладом є лексема на позначення прогресуючого розходження між цінами та доходами – **scissors** (*a progressive divergence between two kinds of price or income*), що розкриває історичні особливості економічного життя радянського періоду (*used of a crisis in the Soviet Union in 1923*).

В українській мові кількість лексем на вираження економічних явищ значно менша – **банкрутство, неспроможність, борг, позика, збитки, коливання, девальвація, інфляція, перевиробництво, надвиробництво**. В периферії лексико-семантичного мікрополя **economical crisis** знаходимо одиниці зі спільною семантикою на позначення боргових зобов'язань – **debt** (борг), **to owe** (заборгувати), **debtor** (боржник), **due** (зобов'язаний), **broken/busted** (банкрот), **non-solvency** (платонеспроможність).

Вірогідність фінансових ризиків, що постійно супроводжують економічну діяльність, розкривається в англійській мові за допомогою лексем **risk** та **uncertainty**. Слово **uncertainty** передає ймовірність бізнес-ризик, який не може бути вимірний, передбачений або застрахований (*the quality of a business risk which cannot be measured and whose outcome cannot be predicted or insured against*). Можливість фінансових втрат та провалів – *the chance or hazard of commercial loss* розкриває семантика лексеми **risk**. Хоча для англійського сприйняття дійсності ризик – це також шанс на успіх, на отримання прибутку (*the chance that is accepted in economic enterprise and considered the source of an entrepreneur's profit*). До складу семантичної структури слова **risk** входить сема 'uncertainty', а в лексемі **uncertainty** – 'risk', що дає підстави вважати їх семантичними синонімами.

Для обох зіставлених мікрополів характерні лексеми, що мають спільні семантичні компоненти 'рух' та 'movement': наприклад, в англійській мові – **downfall** (спад), **drop** (падіння), **set-back** (регрес) та **застій, зупинка, затримка, регрес, опускання, перехід** в українській.

Семантичну подібність виражають англійські лексеми **decay** (занепад), **wreck** (крах) та українські **руйнація, руїна, знищення, катастрофа, потрясіння**. Економічна криза для англійців асоціюється також із розпадом фінансових установ, організацій, фірм – **disruption** (руйнування), **separation** (розпад), **disintegration** (дизінтеграція).

В обох мікрополях порівнюваних мов спостерігається тенденція включати до складу периферії лексичні одиниці на позначення соціальних явищ, що можуть виникати внаслідок економічної кризи – **unemployment/безробіття**, проте в англійській мові з лексемою **unemployment** опосередковано пов'язані одиниці **reorganization** (реорганізація), **streamlining** (оптимізація), **dismissal/discharge** (звільнення), **dissolution** (розпуск), **restriction** (обмеження), **contraction** (скорочення), **deficiency** (відсутність). В периферії українського лексико-семантичного поля знаходимо лексеми **звільнення, скорочення, обмеження, відсутність**.

Аналіз лексичного матеріалу доводить, що периферія – найчисленніша частина лексико-семантичних мікрополів **економічна криза/economical crisis** (в українській – 79,55%, в англійській – 73,75%). В цій зоні лексеми все ще демонструють семантичні зв'язки з одиницями навколоядерної рівня, проте можуть вступати у зв'язки з іншими полями.

Отже, лексико-семантичні мікрополя в українській та англійській мовах виявляють значну семантичну подібність на рівні ядра, навколоядерної зони та периферії, що дає підстави говорити про універсальні підходи до розуміння явища **економічна криза/economical crisis** різними етносами. Проте, наявні певні формальні відмінності: словникові статті української мови стислі, складаються з меншої кількості лексем (і відповідно сем), тому семантичних збігів трапляється менше, в результаті до ядра українського мікрополя відносимо лексеми з меншою кількістю семних повторів. Крім того, англійські лексеми, завдяки тяжінню до багатозначності, здатні висвітлювати більше аспектів одного об'єкта, тоді як українські лексеми характеризуються більшою конкретністю своїх значень.

Аналіз 80 лексичних одиниць в англійській мові та 54 одиниць в українській дозволив представити досліджуваний матеріал як цілісну систему. В результаті поділу лексики за ядерно-периферійним складом виявлено, що найчисельнішою є периферія (в українській – 79,55%, в англійській – 73,75%), тоді як до ядра належать в українській – 5,5 % та 6,25% в англійській), а основний склад утворюють 14,8% в українській та 20% лексем в англійській.

Проведене дослідження структурних особливостей лексико-семантичних мікрополів **економічна криза/economical crisis** відкриває подальші перспективи системного зіставлення досліджуваних полів на рівнях інших мікрополів та виявлення інтегральних і диференційних ознак лексико-семантичних полів **криза/crisis** в сучасній англійській та українській мовах.

Наступним етапом дослідження стане порівняльний аналіз семантичних властивостей різноманітних системних утворень, що належать до лексико-семантичного поля **криза/crisis** в українській та англійській мовах (наприклад, **екологічна криза/eco-crisis, труднощі/difficulty, зміна/turning-point** та ін.)

#### Література:

1. Алефиренко Н. Ф. Современные проблемы науки о языке: Учебное пособие / Н. Ф. Алефиренко. – М. : Флинта: Наука, 2005. – С. 82.
2. Бусел В. Т. Великий тлумачний словник сучасної української мови / В. Т. Бусел. – Київ, Ірпінь : Перун, 2005. – 1728 с.
3. Кащшин Н. С. Термінологічна репрезентація світової економічної кризи у дипломатичному дискурсі / НБУ ім. Вернадського. – 2009. – Режим доступу: [www.nbuv.gov.ua/.../5kashchshyn.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/.../5kashchshyn.pdf)
4. Коротич К. В. Особливості репрезентації економічної кризи в українській пресі ХХ – початку ХХІ століття / НБУ ім. Вернадського. – Режим доступу: [www.nbuv.gov.ua/portal/soc.../2.html](http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc.../2.html)
5. Кочерган М. П. Основи зіставного мовознавства / М. П. Кочерган. – К. : Академія, 2006. – 424 с.
6. Лучик А. А. Про мову та мовознавство як наукову й навчальну дисципліну [Електронний ресурс] / В. В. Лучик. – К. : Магістеріум. Вип. 37. Мовознавчі студії, 2009. – 10 с.
7. Лучик А. А. Про плінність лінгвістичної традиції // Лучик А. А. – Магістеріум: Мовознавчі студії. – Вип. 43. – 2011. – С. 45-49
8. Сальтєвська М. Ю. Синтаксичні когнітивні метафори кризи (на матеріалі сучасного англійського газетного дискурсу) / НБУ ім. Вернадського. – 2009. – Режим доступу: [www.nbuv.gov.ua/.../soc.../Vip\\_48\\_39.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/.../soc.../Vip_48_39.pdf)
9. Снігур, Н. С. Лексико-семантичне поле гумор/humor в українській та чеській мовах [Електронний ресурс] / Н. С. Снігур. – К. : Магістеріум. Вип. 43. Мовознавчі студії, 2011. – 5 с.
10. Фабіан М. П. Етикетна лексика в українській, англійській та угорській мовах / М. П. Фабіан; НАН України, Український мовно-інформаційний фонд. – Ужгород : ІВА, 1998. – 256 с
11. Словник української мови. Том 1. А-Б. Український мовно-інформаційний фонд НАН України 2011. – Режим доступу <http://lcoip.ulif.org.ua/explvol1/> – Словник української мови. Том 1. А-Б
12. Словник української мови: В 11 томах. Режим доступу: <http://sum.in.ua/> – Словник української мови. Академічний тлумачний словник (1970–1980).
13. Geeraerts D. Theories of Lexical Semantics / Geeraerts Dirk. – Oxford University Press, 2010. – P. 58-68.
14. Oxford English Dictionary – Режим доступу (передплачений): <http://www.oed.com/>. – Discover the story of English. More than 600,000 words, over a thousand years.

Зелена Ю. Л.,

Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів

## МОВНА КОНСТРУКЦІЯ «КОПУЛЯТИВНЕ ДІЄСЛОВО+АТРИБУТИВНИЙ ДОДАТОК ПІДМЕТА (АДП)»: СТРУКТУРНИЙ, СЕМАНТИЧНИЙ ТА ПРАГМАТИЧНИЙ АСПЕКТИ

У статті зроблена спроба проаналізувати особливості структурного, семантичного та прагматичного аспектів і їх взаємовпливу стосовно типової синтаксичної структури у складі іменної частини складеного присудка, названої як конструкція «копулятивне дієслово+АДП (атрибутивний додаток підмета).

**Ключові слова:** АДП, копулятивне дієслово, семантичне поле, прикметникова та іменна синтагма, зміщення валентності, редистрибуція предикативності, метафоризація, метонімізація.

В данной статье сделана попытка проанализировать особенности структурного, семантического и прагматического аспектов и их взаимовлияния касаясь типичной синтаксической структуры в составе именной части составного сказуемого, названной как конструкция «копулятивный глагол + АДП (атрибутивное дополнение подлежащего).

**Ключевые слова:** АДП, копулятивный глагол, семантическое поле, синтагмы прилагательная и именная, смещение валентности, редистрибуция предикативности, метафоризация, метонимизация.

The aim of this paper is to analyze the features of structural, semantic and pragmatic aspects and their interaction within the typical syntactic structure of the nominal predicate, named as a unity «copulative verb + SA (subject attribut).

**Keywords:** SA, copulative verb, semantic field, adjective and noun syntagm, valence shift, redistribution of predication, metaphorisation, metonymisation.

**Метою** даної статті є дослідження граматичної природи конструкції «копулятивне дієслово+атрибутивний додаток підмета (АДП)» на рівні синтаксису, семантики та прагматики сучасного французького складного речення.

**Об'єктом вивчення** – типові синтаксичні конструкції у іменній частині складеного присудка з участю АДП.

У якості **джерельної основи** у нашому дослідженні було використано електронний ресурс літературних творів FRANTEXT (\*раніше *Трезор французької мови*), що складається з майже 2000 різножанрових текстів XVIII-XX ст. ст., починаючи від класичних творів французької літератури та закінчуючи технічною документацією за період 1950-2000 р. р., підбірку електронних версій газети *Le Monde* і *Le Monde Diplomatique* (за період 1978-2010 р. р.) та приклади, взяті із пошукового сервера Google.

З'ясовуючи значення ключових термінів, граматичних категорій, зміст яких знаходить своє визначення завдяки відповідним посиланням на джерельну базу, насамперед слід сказати, що поняття атрибутивного додатку не є інновацією сучасної граматики, він, як і у класичній граматиці, розглядається як такий член речення, що виконує синтаксичну функцію у його предикативній частині (іменній частині присудка).

Семантико-синтаксична структура «копулятивне дієслово+АДП» формується з участю з однієї сторони атрибутивного додатку, що відноситься до підмета, а, з іншої дієслова-зв'язки (надалі ми надаємо перевагу терміну «копулятивне дієслово»). Вони є широко представлені у сучасній французькій мові і включають насамперед дієслово *être* (поняття стану у чистому вигляді) та ряд інших дієслів, які додають до цього поняття інші смислові нюанси: входження у стан – *devenir* (ставати), *se faire* (робитися), *tomber* (натрапляти, ставати), *passer pour* (вважатися); стан тривалості – *rester* (залишатися), *demeurer* (перебувати); стан видимості – *sembler* (здаватися), *paraître* (видаватися), *avoir l'air* (мати вигляд, здаватися); стан усвідомлення: *apparaître comme* (здатися як), *se montrer* (видатися), *s'avérer* (виявитися), *s'affirmer comme* (утвердитися як), *se révéler* (виявитися), *se trouver* тощо.

Починаючи наше дослідження зазначимо насамперед, що власне копулятивним дієсловом вважається таке, яке здатне формувати атрибутивні конструкції в першу чергу з атрибутивним додатком підмета (нуклеарним АДП). Дослідник М. Вільмет справедливо зауважив про його природу наступне: «...Замість того, щоб копулятивне дієслово утворювало атрибутивний додаток, це, саме, атрибутивний додаток із звичного дієслова утворює копулятивне...» [7, с. 518]. Відзначимо, що нуклеарний АДП не може упускатися чи змінювати свого місця у речення, якщо ж його забрати з речення, найперше, що у ньому зміниться – це семантичне і синтаксичне навантаження власне копулятивного дієслова. Отже, зв'язок, що встановлюється між єдністю «копулятивне дієслово+АДП» є синдестичного типу (type *syndestique*) [1], тобто є таким, при якому АДП надає певну консубстантивну характеристику референту з точки зору його якості, властивості, походження, приналежності і т. п. [7, с. 261].

Щодо копулятивних дієслів, то зазначимо, що вони привернули увагу і викликали дискусії серед лінгвістів ще з кінця XIX ст. (Готлоб Фреге зацікавився їхніми логіко-семантичними аспектами навіть у більшій мірі, ніж синтаксичними ще у 1892) [4, с. 146]. Зокрема, їх дослідженнями займалися: відомий бельгійський граматикист М. Гревіс та М. Вільмет, британські лінгвісти П. Лоуренс та М. Халідей; американський граматикист Ф. Хіггінс; сучасна бельгійська дослідниця М. Ван Петтенгем; французькі дослідники М. Рігель, Б. Ламіруа, Л. Меліс та інші. Загалом вони зосереджувалися на класифікації атрибутивних дієслів згідно різних категорій (ідентифікуючих, категоризаційних, специфікаційних, тощо) та аналізі формальних ознак, що дозволяли б встановити такі категорії.

Одним із запитань, що ставилося рядом дослідників (наприклад у праці Б. Ламіруа і Л. Меліса «Чи подібні копулятивні дієслова до допоміжних») є наступне: чи займають копулятивні дієслова особливе місце серед лексикалізованих дієслів французької мови? [4, с. 147]. У контексті нашого дослідження конструкції «копулятивне дієслово+АДП» слід зазначити, що ретельний аналіз корпусу прикладів дозволив нам ствердити, що вирішальне значення у відповіді на це питання відіграватиме вивчення характеру відносин власне між підметом і присудком, адже, по мірі того, як обмеження стосовно підмета вимагають того чи іншого продовження справа від дієслова

– атрибутивного додатку – (у випадку з атрибутивними конструкціями), спостерігаємо, що підмет починає утворювати з цим продовженням єдину синтаксичну структуру. І це виправдовує наше твердження про існування комунікативної одиниці «копулятивне дієслово+АДП».

Розглядаючи структурний аспект АДП у типовому французькому реченні, виділимо наступні синтаксичні рамки його вживання:

1) Постпозиція до дієслова, як звична позиція АДП у реченні. Інколи присутність прислівника чи прислівникового звороту: *Ce produit de nettoyage s'est révélé dangereux. Le témoignage est apparu vrai. De surcroît, l'économie se retrouve plus affaiblie que jamais.*

2) Узгоджена позиція АДП, вираженого особовим, відносним чи питальним займенником, іменником із питальним чи окличним детермінантом, згідно правил їх типового місця у реченні: *S'il est malade, il l'est depuis un an. Le malade qu'était Gaston. Que deviendrai-je?*

3) Інверсія підмета, при позиції АДП на початку речення: *Il s'agit d'un langage dont la violence d'autonomie détruit toute portée éthique. Tel est du moins le langage du peuple.*

4) Зміна типової позиції АДП, викликана вживанням чи не вживанням прикметника у порівняльному ступені: *Plus grand est la faute, plus joyeux sera le pardon, plus solide sera la réconciliation.* Або ж, у більш високому стилі мовлення, з прикметником, який не є у порівняльному ступені: *Fière est cette forêt dans sa beauté tranquille.*

5) Особливе виділення АДП, вираженого прикметниковою синтагмою, інколи у супроводі прислівника ступеня: *Grande fut ma surprise! Très rares sont les femmes qui travaillent hors du foyer. Telle était la fatigue de son long voyage qu'il s'endormit [2].*

Якщо ж говорити про семантичний аспект функціонування атрибутивних конструкцій за участі копулятивного дієслова та АДП, то, в першу чергу, можна спостерігати передачу певного змісту до АДП вже через зміст самого дієслова, а також тенденцію до усталення такого змісту у якості сталих мовних зворотів. Отже, з однієї сторони слід розрізняти дієслівні звороти для яких жодні модифікації форми не можливі, а, отже, вважатимемо їх усталеними (*passer inaperçu, afficher complet* тощо). А, з іншої сторони, виділимо такі конструкції, у яких конструкція «копулятивне дієслово+АДП» набуває форми мікро-конструкцій з обмеженою кількістю варіантів словосполучень: *arriver (bon / vierge), aller nu / bras dessus dessous, partir battu / gagnant / favori* тощо.

Так, до прикладу, дієслово *tomber* із своїм базовим семантичним навантаженням, що передається як «небажана, неочікувана втрата контролю» найчастіше поєднується з АДП, вираженим як прикметниковою, так і іменною синтагмою, що несе в собі значення втрати одного стану і перехід до іншого, не рідко негативного. Воно в деякій мірі нагадує семантичне поле дієслова *devenir*, але як «рух униз», «входження в негативний стан»: *tomber mort / évanoui / malade / fou / gâteux / boiteux / prisonnier / veuve / soldat / chômeur / célibataire / paralytique / victime* тощо. Дослідник Клод Гім'є справедливо дає власну оцінку семантичного навантаження даного дієслова: «la maladie, la mort, la folie... sont vues en quelque sorte comme s'abattant sur le sujet – хвороба, смерть, безумство... наче обрушуються на підмет» [3, с. 57]: *Nous avons tous peur de tomber malades, mais certains sont obsédés par cette idée.*

Натомість дієслово *passer* й іменна синтагма, що слідує за ним вимагає позначення позитивного стану, що наче є результатом переборення перешкод, успішного проходження випробування, це ніби *devenir* із знаком плюс, «рух уверх», «входження в позитивний стан»: *passer colonel, président, acteur, reine* тощо.

Слід також згадати дієслово *faire*, яке, за словами дослідника П. Лоуренса несе в собі семантизм ознаки наявного простору для інферентного процесу співрозмовника [5, с. 92]. Ось чому воно важко поєднується з АДП, вираженим прикметниковою синтагмою, що позначає риси характеру чи певний душевний стан: *Jean / ce geste fait indulgent / heureux / content / fier / apprécié / fatigant.*

Із свого боку, дієслово *se révéler* поєднується з іменниками лише тоді, коли останні несуть в собі характеризуючий елемент або у формі прикметникового модифікатора, або іменника з певним оцінковим значенням [6, с. 191]: *Ces dispositions se sont révélées insuffisantes, ce produit étant un cancérigène pour lequel on ne connaît pas de niveau d'exposition qui soit sans danger. A côté, un aluminier qui sous-traite pour Péchiney: malgré un capitaine et des capitaux grecs, le port d'attache est situé à Malte, le cuisinier se révèle être indien, des mécanos bulgares, etc.*

У прагматичному ж аспекті, тобто в узусі даної конструкції безпосередньо у мовленні, можна сказати відбувається тісний взаємозв'язок двох попередніх аспектів, а саме структурного з семантичним. Насамперед виділимо той факт, що АДП, на відміну від означення не може бути упушений з речення без втрати одночасно семантичного забарвлення та структурної єдності. До прикладу, у реченні: *On ne peut pas ressortir vivant de sous les décombres*, ми можемо усунути означення *vivant*, але речення збереже свій основний зміст. Що ж стосується речення: *Elle a ressorti victorieuse de cet épreuve*, то тут уже не бачимо можливості усунути АДП без втрати семантико-структурної єдності даного повідомлення. Спостерігаємо ще більш тонке проникнення значення АДП у зміст, наприклад наступного речення: *Il a commencé petit communiste pour finir socialiste.* В такому реченні дієслово *commencer* більше не є звичайним транзитивним дієсловом, яким воно зазвичай виступає (пр.: *Il a commencé à jouer très bien*), а набуває ознак копулятивного дієслова поряд із АДП.

Дослідники Лоуренс і Тобакк виділяють, зокрема, три механізми цього зміщення валентності, що веде до появи рис копулятивності у практично будь-якого дієслова [5, с. 99]. Перший, полягає у такій редистрибуції предикативності, що має результатом нову семантико-структурну конструкцію в іменній частині складеного присудка. Проаналізуємо, наприклад дієслово *arriver*:

(а) *L'athlète est arrivé troisième.* (тут дієс. *arriver* має своє пряме значення «прибути»);

(б) *L'athlète est arrivé tout souriant.* (тут дієс. *arriver* є у значенні копулятивного дієслова типу «входження в стан»);

(в) *Ce musicien est arrivé troisième au concours R. Elisabeth.* (тут дієс. *arriver* має відтінок значення «входження в стан», але як результат успішного проходження випробування).

Отже, бачимо, що одне і теж дієслово, залежно від продовження справа (присутності / відсутності АДП), може десемантизуватися і переходити до класу копулятивних дієслів.

Другий механізм базується на метафоризації ідеї руху в просторі до руху в часі, пов'язаному із певною подією. Особливо це стосується дієслів руху: *passer / partir / tomber / sortir*. Так, серед вищезгаданих прикладів, у реченні (в), підмет-референт досягає певного стану в результаті випробування, тобто в події, яка насправді відбулася в часі. Тут уже втрачається пряме значення «прибувати» в просторі, а, отже дієслово змінює своє семантичне навантаження, перебуваючи у складі атрибутивної конструкції.

Не рідко має місце і третій механізм, пов'язаний із метонімією. Так, до прикладу, коли порівнювати словосполучення *vivre heureux* і *vivre vieux / âgé / cinquantenaire* виявляємо перехід від супровідного стану до результуючого. Атрибутивне вживання дієслів *partir gagnant / batu, naître musicien / malin* демонструє механізм метонімізації, проте, який, у даному випадку, має проспективну орієнтацію.

Взагалі, можемо висунути твердження, що у сучасній французькій мові існує чимало прикладів такого взаємовпливу семантичного, структурного та прагматичного аспектів. У нашому випадку, цей вплив було показано на прикладі функціонування атрибутивних конструкцій, а, зокрема, конструкції «копулятивне дієслово+АДП». Звичайно, що у даному дослідженні ми звернули увагу лише на деякі з них, відкриваючи тим самим можливість для інших, більш поглиблених досліджень, зосереджених на даній сфері функціонування мовних явищ.

#### Література:

1. Damourette J., Pichon E. Des mots à la pensée. Essai de Grammaire de la langue française, Paris : d'Artrey, 1968.
2. GREVISSE M. et GOOSSE A. le Bon Usage – Grammaire française, DeBoeck Université, Paris-Louvain-la-Neuve, 14e édition, 2007.
3. GUIMIER C. Les circonstants en phrase attributive. In: C. Guimier (éd.), 1001 circonstants, Caen : Presses Universitaires de Caen, 1993, p. 127-157.
4. LAMIROY B., MELIS L. Les copules ressemblent-elles aux auxiliaires ? In: H. Bat-Zeev Shyldkrot & N. Le Querler (éds), Les périphrases verbales, Amsterdam : Benjamins, 2005, p. 145-170.
5. Lauwers P., Tobback E. Les verbes attributifs: inventaire(s) et statut(s). Langages, № 179-180 (3-4), 2010, p. 79-113.
6. Leeman D. (1996), Attributs du sujet et verbes attributifs, Linx 34/35, 1996, p. 187-196.
7. Wilmet M. Grammaire critique du français. – Louvain-la-Neuve : Duculot, 2007
8. Le Monde Diplomatique (1978-2006) sur CD-ROM.
9. <http://www.lemonde.fr/>
10. <http://www.google.com/>



Зимич Є. В.,

Луганська державна академія культури і мистецтв, м. Луганськ

## НЕВЕРБАЛЬНІ АСПЕКТИ ІНТЕРПРЕТАЦІЇ МАРИТАЛЬНОГО ДІАЛОГІЧНОГО ДИСКУРСУ

*У статті аналізується маритальний діалогічний дискурс. Розглядається невербальна комунікація подружжя. Досліджені особливості функціонування вербальних та невербальних компонентів в англійській лінгвокультурі.*

**Ключові слова:** маритальний діалогічний дискурс, вербальні та невербальні компоненти.

*В статье анализируется маритальный диалогический дискурс. Рассматривается невербальная коммуникация супругов. Исследуются особенности функционирования вербальных и невербальных компонентов в английской лингвокультуре.*

**Ключевые слова:** маритальный диалогический дискурс, вербальные и невербальные компоненты.

*In this article marital dialogue discourse is analyzed. Nonverbal communication of spouses is considered. Peculiarities of verbal and nonverbal functioning in English-speaking linguoculture are investigated.*

**Key words:** marital dialogue discourse, verbal and nonverbal components.

Невербальна комунікація є важливим, поряд із звуковою мовою, засобом спілкування і взаємодії. Вона несе слухачеві значну для нього інформацію про співрозмовника, його ставлення до співбесідника, до предмету розмови, до самого себе [19; 24]. Згідно Д. МакНейлу, 90% мовлення супроводжується жестами в більшості культур [21]. Доказом того, що вербальні і невербальні компоненти мови майже неможливо розділити на дві окремі категорії, є те, що деякі жести мають лінгвістичний зміст, і при різних видах афазії разом з втратою мови у людини зникають і жести з відповідними лінгвістичними функціями [21].

Актуальним є дослідження принципів взаємодії вербальних і невербальних компонентів комунікації на різних етапах організації маритального діалогічного дискурсу. Маритальний діалогічний дискурс представляє стосунки в сім'ї, члени якої відчувають зв'язок між собою і душевну прихильність одне до одного. Стосунки в сім'ї регулюються не стільки законами, скільки традиційними уявленнями про те, як має чинити подружжя в тих чи інших ситуаціях. Результати досліджень різних аспектів діалогічного дискурсу подружжя викладено в роботах Я. Т. Ритникової [9], Н. Н. Рухленко [8], А. С. Трущинської [15], А. А. Семенюк [10], Д. Л. Колоян [5], А. Г. Смірнкової [11], М. А. Терпак [14], В. В. Якуби [16], Ю. В. Железної [4], О. І. Грідасової [1], Г. А. Огаркової [7], М. W. Osmond [22], N. Quinn [23].

Об'єктом дослідження цієї статті є невербальні компоненти в їхній взаємодії з вербальною складовою маритального діалогічного дискурсу, а предметом – дослідження особливостей функціонування невербальних компонентів комунікації в їхній взаємодії з вербальними компонентами.

Особливого значення набуває вивчення невербальних компонентів (НВК), що відображають емоційні реакції людини. У рухах тіла людини можуть матеріалізуватися такі емоції, як радість, гнів, печаль, іронія. Для лінгвістики представляють інтерес ті з них, які супроводжують мовленнєве висловлювання і впливають на його структуру таким чином, що мета передачі загального змісту висловлювання досягається сукупністю лінгвістичних і паралінгвістичних засобів [2, с. 260]. Г. В. Колшанський також виділяє певну групу «емоційно заряджених» паралінгвістичних засобів, підкреслюючи, що «було б помилковим вважати, що всі так звані паралінгвістичні засоби служать для вираження емоцій. Дійсно, деякі з них можна було б охарактеризувати як показники емоційності. До таких засобів слід віднести в першу чергу жести і міміку, які можуть супроводжувати водночас й самі нейтральні з емоційної точки зору висловлювання. Немає підстав говорити про виняткову приналежність паралінгвістичних засобів до галузі вираження висловлювань емоційного характеру в протилежність нейтральній інформації звичайних висловлювань. Якою мірою паралінгвістичні засоби можуть супроводжувати як емоційне, так і раціональне висловлювання, так саме і суто лінгвістичні засоби без будь-яких паралінгвістичних засобів можуть виражати і раціональне і емоційне» [6, с. 31].

І. Н. Горелов і Г. В. Колшанський висловлюють різні погляди на положення емоцій в акті спілкування. За твердженням І. Н. Горелова, «інтонаційна схема формується раніше, ніж реалізуються знайдені лексичні одиниці. То ж слід сказати і про емоційні виразні рухи будь-якої фізичної природи: вони маніфестують в акті спілкування з різною силою, але вочевидь раніше, ніж вербальна частина» [3, с. 79].

Семіотичний підхід до знаку дозволяє виявити закономірності функціонування вербальних і невербальних компонентів як типів знаків у комунікації. Невербальні компоненти комунікації, що входять до структури діалогічного дискурсу, вступають у взаємодію з вербальними компонентами комунікації на двох рівнях: на макрорівні і на мікрорівні, тобто йдеться про макро– і мікрвзаємодію вербальних і невербальних компонентів комунікації [12]. При аналізі комунікативних ситуацій у маритальному діалогічному дискурсі використовувалася наступна класифікація невербальних компонентів: 1. кінесичні: жестові, мімічні, тактильні; 2. Просодичні; 3. проксемічні.

Розглянемо комунікативну ситуацію, в якій кінесичний НВК виражає позитивну емоційну реакцію:

*«Who's name is Gorge Brawn!» exclaimed Christian, helping her (his wife) by his side to a glass of liqueur, and pouring out a second for himself [Darcy, p. 86].*

У процесі мовленнєвого акту чоловік здійснює невербальну дію, яка описана в тексті за допомогою висловлювання *«helping her (his wife) by his side to a glass of liqueur, and pouring out a second for himself*». Кінесичний НВК *«To help somebody to something»* має значення *«to serve somebody with food, drink, etc.»* [17]. Аналіз дефініції лексеми та її інтерпретації в межах контексту дозволяє дійти висновку, що даний жестовий НВК здійснюється

чоловіком на знак чемності, ввічливості, шанобливого ставлення до своєї дружини. Тут позитивна емоційна реакція виражається через комунікативно значимий жестовий НВК.

З іншого боку, кінесичні жестові НВК часто відображають негативні емоції в маритальному діалогічному дискурсі.

*«At last, without uttering a syllable, he pushed her violently from him and threw the contents of the brimming goblet in her face»* [Neeles, p. 302].

Чоловік здійснює декілька невербальних дій, не вимовляючи ні слова. Ці дії описані в тексті за допомогою кінесичного тактильного НВК, що функціонує автономно: *«pushed her violently from him», «threw the contents of the brimming goblet in her face»*. Враховуючи дефініцію дієслова *to push*, яка позначає використання сили для додавання об'єкту імпульсу, можна передбачити, що відповідна реакція мовця викликана злістю, гнівом. Вектор емоції конкретизується в ході аналізу контексту, де виявляється причина, що викликала такий рух: незадоволеність, роздратування і потім гнів, як відповідь на неслухняність. Ключове значення для трактування цього автономно функціонуючого кінесичного тактильного НВК і епізоду в цілому, має прислівник *violently* – *«in a forceful way that causes people to be hurt»* [17]. Ця ознака позначає агресивність дії чим визначає негативний характер кінесичного тактильного НВК, що функціонує автономно. Наступний НВК підтверджує це припущення, підсилюючи загальний естетичний ефект. Лексеми *to throw, contents, face* свідчать про крайню міру збудження і обурення чоловіка, чий вчинок яскраво відображає його відчуття. У сукупності вищезгадані кінесичні НВК виражають негативну емоцію.

Також у комунікативних ситуаціях широко представлені просодичні невербальні компоненти, що характеризують голос комуніканта (*say irritably, merrily, gaily, scream with pleasure etc.*). Характер багатьох побутових діалогів визначають позитивні реакції подружжя в комунікативній ситуації:

*«Come in,» said Mary, in a cheerful and hearty tone. A husband entered* [Worboyes, p. 197].

Репліка дружини супроводжується розгорнутим коментарем, який містить вербальний компонент *«Come in»* і просодичний НВК *in a cheerful and hearty tone*. Прикметники *cheerful* – *«Something that is bright and pleasant and makes you feel positive and happy»*, *hearty* – *«enthusiastic, energetic, and often loudly expressed»*, що виражають позитивну емоцію, вказують на доброзичливе і уважне ставлення дружини до чоловіка.

Комунікативні ситуації також відображають спектр негативних емоцій, що обумовлене індивідуальною інтерпретацією ситуації.

*Rozy laughed, although feebly and somewhat vacantly* [Neeles, p. 30].

У словниковій статті, присвяченій дієслову *to laugh*, наводиться така дефініція: *«to show amusement, hilarity, derision, etc.»* [20]. Але це дієслово модифікується негативно конотованими прислівниками *feebly* – *«with lack of muscular strength, weakly, inadequately»* і *vacantly* – *«containing or holding nothing, empty»* [20]. Таким чином, ця комунікативна ситуація негативна, емоційна реакція експлікується через семантику прислівників.

Приблизно однаково в комунікативних ситуаціях трапляються комунікативно значимі мимічні й тактильні НВК. Емоційну спрямованість цих невербальних компонентів комунікації досить важко визначити, не знаючи конвенційних норм, прийнятих в аналізованому соціумі. Так, носії англійської культури дотримуються норм етикету, тому мимічні й тактильні НВК залежать від ступеня вираження емоції, допустимого в лінгвокультурному суспільстві. Саме прагматичний контекст дозволяє встановити характер емоції, виступаючи індикатором її істинності:

*The John's face flushed up as if he was struggling with suffocation* [Worboyes, p. 198].

Дефініція має другорядне значення для інтерпретації цього мимічного НВК з позиції вектора емоції. Словник трактує дієслово *to flush up* як *«to become red because of a rush of blood to the skin»* [17], що є зовнішнім вираженням психологічної емоції, її слідством. Для повноцінного розуміння функції мимічного НВК необхідна контекстуальна оцінка цієї реакції. Аналіз мовленнєвого акту в межах всієї ситуації показує, що причиною такої емоційної реакції комуніканта стали страх і паніка, що дружина кине його й піде до іншого. Так, невербальні компоненти в комунікативних ситуаціях допомагають зрозуміти характер відчуття, що в цьому випадку відображає негативну емоцію.

При аналізі взаємодії вербальних і невербальних компонентів вважаємо за можливе визначити дійсну емоційну реакцію, ядро якої в наведеному прикладі складають радість, захоплення:

*... He opened it with a trembling hand... then, scrambling and struggling to the door, rushed at length unceremoniously from the room and from the house...* [Darcy, p. 79].

Аналізуючи лише словникові дефініції дієслів *to tremble* (що відображають психофізичну реакцію чоловіка) – *«to shake involuntary, as with fear or weakness»* [17] і *to rush* – *«To go or move suddenly and with great speed or violence»* [20], можна передбачити, що через ці НВК експлікується негативна емоційна реакція. Аналіз прагматичного контексту дозволяє дійти висновку, що ці невербальні дії чоловік вчинив в пориві радості, одержавши довгоочікуваний лист від дружини.

Мимічні НВК вираження погляду, які є за своєю емоційною спрямованістю як позитивними, так і негативними, виражають вищу міру прояву емоції. Представники англійського соціуму в акті комунікації прагнуть унікати тривалого і частого контакту очей через норми етикету, прийняті в суспільстві. І лише вища міра вираження емоцій супроводжується мимічними невербальними компонентами вираження погляду.

*Morris was silenced; but the indignation thus pent up in his bosom glowed with intense vehemence in his single eye* [Worboyes, p. 72].

Структура пропозиції і її художня специфіка багато в чому відображають складний характер міремичного НВК, використаного чоловіком. Головним чинником тут виступає сила емоції, що викликала яскраву фізіологічну реакцію. Її негативний вектор підкреслюється за допомогою багатозначних лексем, супроводжуючих НВК:

*indignation* – «*having or showing annoyance, anger*» [17], а також *vehemence* – «*Expression of strong feelings or great energy and force*» [20], остання з яких уживається з інтенсифікатором *intense*. НВК в цьому випадку є квінтесенцією емоції, яка представлена також за допомогою розгорнутого опису; їх поєднання ілюструє виразність мимічного НВК вираження погляду.

*Molly seemed to step back from the threshold of existence: her eyes again lighted up. She raised herself in her bed* [Neeles, p. 108].

У цьому прикладі яскраво виражена позитивна емоційна реакція. На це вказує і дефініція дієслова *to light up* – «*To cause to become bright*» [17], і аналіз контексту. Яскрава емоція дружини обумовлена несподіваними змінами в її житті.

Аналіз літературних джерел дозволяє зробити висновок про те, що до найменш уживаних слід віднести тактильні НВК, які відображають різного роду стосунки.

В англійській лінгвокультурі рідко використовуються тактильні НВК (*handshake, kiss, embrace etc.*). Пояснення цьому слід шукати в нормах етикету, які мають свою культурну специфіку. Ввічливість етикету представників англослов'янського соціуму полягає в непорушенні свободи тих, хто навколо. Тому при спілкуванні поза домом подружжя прагне рідко використовувати тактильні НВК, удаючись до них в окремих випадках, коли вони мають явно виражену позитивну емоційну спрямованість.

*...It is a fair day for the sons of the earth and life – ah, more fair for the daughters of heaven and death! I kissed her forehead and she continued...* [Neeles, p. 72].

Згідно дефініції, дієслово *to kiss* виражає прихильність до людини – «*to touch with your lips, especially as a greeting, or to press your mouth onto another person's mouth in a sexual way*» [20]. Контекст показує, що характер цього тактильного НВК обумовлений взаєминами двох людей, які є подружжям. Отже, через тактильний НВК подружжя виражає позитивну емоцію, ядро якої становлять любов, турбота, переживання.

Проксемічні НВК у комунікативних ситуаціях між чоловіком і дружиною визначаються характером взаємодії і взаємовідношення між подружжям. Так, доктор Е. Хол вважає, що використання людиною простору має вирішальне значення для людських взаємин, і, перш за все, для з'ясування міри близькості між людьми [18]. Вживання проксемічних НВК є прагненням скоротити дистанцію між подружжям, зробити своє мовлення більш переконливим, встановити емоційний контакт. Зміни відстані (зближення або віддалення) подружжя пов'язані з параметрами комунікативної ситуації. Зміна дистанції може визначати важливі частини побутового діалогу: початок, закінчення діалогу та зміна теми.

Зростаюче розуміння сприйнятих за допомогою комунікативно значимих кінесичних, проксемічних і просодичних невербальних компонентів, що посилюються подружжям одне одному, сприяє більшій точності й ефективності їхнього використання в маритальному діалогічному дискурсі. Подружжя, між яким склалися близькі стосунки, поступово починає копіювати комунікативно значимі НВК, що робить їх схожими одне на одного.

Подальшу роботу планується спрямувати на дослідження взаємодії вербальних та невербальних компонентів у маритальному діалогічному дискурсі, у якому чоловік і дружина є представниками різних лінгвокультур.

### Література:

- Гридасова О. І. Особливості актуалізації стереотипних ролей в англослов'янському сімейному конфліктному дискурсі: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.04 «Германські мови» / О. І. Гридасова. – Харків, 2010. – 20 с.
- Гамзюк М. В. Емотивний компонент значення у процесі створення фразеологічних одиниць (на матеріалі німецької мови) / М. В. Гамзюк. – К. : КДЛУ, 2000. – 256 с.
- Горелов И. Н. Невербальные компоненты коммуникации / И. Н. Горелов. – М. : Наука, 1980. – 115 с.
- Железнова Ю. В. Лингвокогнитивное и лингвокультурное исследование концепта «семья»: автореф. дис. на соиск. науч. степени канд. филол. наук: спец. 10.02.19 «Теория языка» / Ю. В. Железнова. – Ижевск, 2009. – 27 с.
- Коляян Д. Л. Ухаживание как тип коммуникативного поведения: автореф. дис. на соиск. науч. степени канд. филол. наук: спец. 10.02.19 «Теория языка» / Д. Л. Коляян. – Волгоград, 2006. – 19 с.
- Колшанский Г. В. Паралингвистика / К. В. Колшанский. – М. : Высшая школа, 1974. – 83 с.
- Огаркова Г. А. Вербализация концепта кохання в сучасній англійській мові: когнітивний та дискурсивний аспекти: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.04 «Германські мови» / Г. А. Огаркова. – Київ, 2005. – 19 с.
- Рухленко Н. Н. Семья // Антология концептов / Н. Н. Рухленко. – Волгоград: Парадигма, 2006. – С. 28-39.
- Рытникова Я. Т. Семейная беседа как жанр повседневного речевого общения / Я. Т. Рытникова // Жанры речи. – Саратов, 1997. – С. 177-188.
- Семенюк А. А. Гендерні та вікові особливості кооперативної мовленнєвої поведінки в сімейному дискурсі (на матеріалі сучасної англійської мови: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.04 «Германські мови» / А. А. Семенюк – Донецьк, 2007. – 20 с.
- Смирнова А. Г. Функционально-стилистическое своеобразие семейной речи (на материале немецкого языка): автореф. дис. на соиск. науч. степени канд. филол. наук: спец. 10.02.04 «Германские языки» / А. Г. Смирнова. – Москва, 2008. – 19 с.
- Солощук Л. В. Вербальні і невербальні компоненти комунікації в англослов'янському дискурсі / Л. В. Солощук. – Харьков : Константа, 2006. – 300 с.
- Солощук Л. В. Конфликтно-направленный парентальный диалог как тип дискурса / Л. В. Солощук // Вісник ХНУ ім. В. Н. Каразіна. – 2000. – № 500. – С. 115-123.
- Терпак М. А. Английский лингвокультурный концепт «Семья» и способы отражения его коннотативного содержания в языке (на материале семантического поля «Родственные отношения»): автореф. дис. на соиск. науч. степени канд. филол. наук: спец. 10.02.04 «Германские языки» / М. А. Терпак. – Самара, 2007. – 19 с.

15. Трущинская А. С. Лексико-фразеологическая объективация концепта семья в русском и английском языках: автореф. дис. на соиск. науч. степени канд. филол. наук: спец. 10.02.19 «Теория языка» / А. С. Трущинская. – Воронеж, 2009. – 19 с.
16. Якуба В. В. Мовні засоби відображення ситуації зміна матримоніального стану в англійській художній прозі ХХ століття (лінгвокогнітивний та комунікативно-прагматичний аспекти): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.04 «Германські мови» / В. В. Якуба. – Київ, 2006. – 19 с.
17. Cambridge Advanced Learner's Dictionary – Cambridge : Cambridge University Press, 2005. – 1572 p.
18. Hall E. T. The Silent language / E. T. Hall. – NY : Garden City, Doubleday, 1959. – 240 p.
19. Kendon A. K. How gestures can become like words / A. K. Kendon // Cross-cultural perspectives in nonverbal communication. – Toronto : C. J. Hogrete, 1988. – P. 131-141.
20. Longman Dictionary of Contemporary English – London : Pearson Education, 2005. – 1950 p.
21. McNeil D. Hand and mind: what gestures reveal about thought / D. McNeil. Chicago : University of Chicago Press, 1992. – 423 p.
22. Osmond M. W. Toward Monogamy: A Cross-Cultural Study of Correlates of Type of Marriage / M. W. Osmond. – Social Forces, 1965. – P. 6-16.
23. Quinn N. commitment in Marriage: A Cultural Analysis / Naomi Quinn // Directions in Cognitive Anthropology. – Champaign : University of Illinois Press, 1985. – P. 121-186.
24. Richmond V. P. Nonverbal behavior and interpersonal relations / V. P. Richmond, J. C. McCroskey. – Boston : Pearson Education, Inc., 2004. – 350 p.

**Источники:**

25. Darcy E. A wedding to remember / E. Darcy. – London – Sydney : Harlequin Enterprises II B. V., 2001. – 256 p.
26. Neeles B. Roses for Christmas / B. Neeles. – London : Mills & Boon Limited, 2001. – 220 p.
27. Worboyes S. Over Bethnal Green / S. Worboyes. – London : Hodder & Stoughton, 2000. – 442 p.

Івацішин О. М., Кацішин Н. Є.,

Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів

## СКОРОЧЕННЯ ЯК ОСОБЛИВИЙ ВИД ТЕРМІНІВ АНГЛОМОВНОГО ДИПЛОМАТИЧНОГО ДИСКУРСУ

*Стаття присвячена проблемі скорочень, які функціонують в англомовному дипломатичному дискурсі. Особлива увага надається вивченню причин виникнення скорочень у мові дипломатичного дискурсу, їх основних структурних типів та семантики. У статті робиться спроба здійснити семантико-тематичну класифікацію скорочень англомовного дипломатичного дискурсу.*

**Ключові слова:** скорочення, скорочена лексична одиниця, дипломатичний дискурс, абрєвіатура, акронім, телескопізм.

*В статье рассмотрены проблемы сокращений, которые функционируют в английском дипломатическом дискурсе. Особое внимание предоставляется изучению причин возникновения сокращений в языке дипломатического дискурса, их главных структурных типов и семантики. Произведено семантико-тематическую классификацию сокращений английского дипломатического дискурса.*

**Ключевые слова:** сокращение, сокращённая лексическая единица, дипломатический дискурс, аббревиатура, акроним, слово-гибрид.

*The article is devoted to the problem of clippings functioning in the English diplomatic discourse. Particular attention is given to the study of reasons of the emergence of clippings in the language of diplomatic discourse, their main structural types and their semantics. An attempt to perform the semantic-thematic classification of clippings of English diplomatic discourse is made in this article.*

**Key words:** clipping, abbreviated lexical unit, diplomatic discourse, abbreviation, acronym, blend-word.

У сучасних умовах розвитку науки та техніки спостерігаємо стрімкий розвиток спеціальної лексики, термінології різних субмов. Говорять навіть про «термінологічний вибух» у сучасній лінгвістиці. Це продовження тенденції, що розпочалась ще у середині ХХ століття і сьогодні набуває неабиякого масштабу. Очевидним є той факт, що неможливо створити нове слово для кожного поняття, яке з'являється, адже можливості словотвору обмежені. Саме коли можливості інших видів словотворення вичерпуються, створення нових слів проходить під знаком скорочення (СК), процесу, який у багатьох відношеннях залишається загадкою у лінгвістичному плані, незважаючи на численні, та проте фрагментарні дослідження.

Проблеми скорочень стали предметом наукових досліджень таких вчених-лінгвістів як Д. І. Алексєєв, В. В. Борисов, Ю. А. Зацний, С. М. Єнікєєва, О. Олійник, А. Мороз, І. П. Гусак, Р. С. Помірко та ін. Щоправда, СК вивчалися лише під певним ракурсом і стосуються лише певних окремих аспектів. Окрім того, існує дуже мало досліджень СК всередині певної субмови. Зокрема, знаходимо дослідження СК у таких дотичних до дипломатичної субмовах як військова: В. В. Борисов, О. Олійник та субмова економіки: А. Мороз. Праці щодо СК у субмові дипломатичного дискурсу (ДПД) відсутні, проте вкрай необхідні і становлять великий інтерес для вивчення у зв'язку з частотою вживання СК, різноманітністю їхньої структури і функцій, а тому мають не лише лінгвістичне, а й суспільно-політичне значення. Отже, метою нашого дослідження є проаналізувати особливості функціонування термінологічних СЛЮ в англійській мові ДПД та запропонувати їхню класифікацію.

Як вважає дослідник цього питання, В. В. Борисов, абрєвіація у ХХ столітті стала масовим явищем в мові. Кількість СК надзвичайно велика, вони складають значну кількість словникового запасу, причому проникають практично в усі пласти лексики і широко застосовуються як в усній, так і в письмовій мові [2, с. 6]. Відзначимо, що на сучасному етапі СК продовжують виникати в різних субмовах науки і техніки, а це збільшує їх кількість у суспільно-політичному, економічному та дипломатичному дискурсах. Поширення СК в англійській мові ДПД пояснюється головним чином регламентованими параметрами подання інформації, що спричиняє необхідність її конденсації. Велике тематичне різноманіття питань, які розглядаються в ДД, веде за собою й структурне та семантико-тематичне різноманіття СК. Ріст темпів науково-технічного розвитку не може не впливати на економічні та суспільно-політичні питання, а отже й на питання міжнародного життя. Окрім того, короткість формальної структури СК обумовлює широку доступність та розуміння інформації, що передається, а також веде до збільшення її кількості.

Отже, підсумуємо, що для англомовного ДПД основна причина появи СЛЮ – економія мовних засобів. Їх лаконізм дозволяє збільшити кількість інформації, що передається у документі, не збільшуючи його об'єму, що особливо важливо, оскільки власне ясність і точність вимагають повноти інформації. Спрощуючи репрезентацію матеріалу, СК полегшують сприйняття головної думки в документі: «*Came into force on 3 June 1983 in respect of the following States, i. e., on the thirtieth day following the date of deposit of the twenty-second instrument of ratification or accession with the Secretary-General of the United Nations, in accordance with article 18 (1)*» [9, с. 206].

Зазначимо, що в англомовному ДПД найчастотнішими є наступні структурні типи СК: абрєвіатури (CND – Campaign for Nuclear Disarmament, SAO – Senior Administrative Officer, ECM – European Common Market), акроніми (HOM [houm] – Head of Mission (Ambassador), NATO [neito] – North Atlantic Treaty Organization), літерно-цифрові СК (A/AC. 18/SC. 4/ – Interim Committee of the General Assembly: Sub-committee 4) і злиття (BENELUX – Belgium, the Netherlands, Luxembourg, INTERPOL – International Criminal Police Organization), а також телескопізми (Euratom – European Atomic Energy Community: «Protocol annexed by Treaty of Nice to Treaty on European Union and EC, ECSC, and Euratom Treaties» [10, с. 131]), що становлять собою групу морфологічних СК, які разом із синтаксичними (еліпс) утворюють групу лексичних СК; та графічні СК, які у мові ДПД представлені трьома видами: спеціальні

(*RES* – resolution; *INF* – information; *Doc.* – document), загальнозживані (*qty* – quantity *km* – kilometer; *No* – number) та латинського і французького походження (*q. e. d.* – *quod erat demonstrandum*; *p. p. c.* – *pour prendre conge*).

На основі дослідження можемо стверджувати, що СЛЮ англомовного ДПД можуть бути *запозиченими*, або ж такими, що виникли в даній мові, тобто *власними*. У ході дослідження виявлено, що скороченню в ДПД найчастіше підлягає іменник та прикметник (*COCOM* – *Coordinating Committee of East-West Trade Policy*), за окремими винятками також дієслово (*R. S. V. P.* – *to reply to an invitation*). Такі частини мови як артикль, сполучник та прийменник не зберігаються у СЛЮ: *BIS* – *Bank for International Settlements*, *CCD* – *Conference of the Committee on Disarmament*. Випущені елементи: *for, of, the, on*.

Термінологічні СЛЮ мови ДПД є частиною терміносистеми дипломатії, тому вивчення їх семантики – це по суті звернення до семантики термінології ДПД загалом у конденсованому вигляді. СК найчастіше відносяться до спеціальної лексики, а тому дуже гостро реагують на різні зміни в житті суспільства, презентуючи нові та актуальні поняття і явища. Тому аналіз семантичного аспекту СК часто вимагає знань конкретного змісту тих чи інших понять, виражених спеціальними термінологічними СЛЮ субмови дипломатії. Такий аналіз дозволив виділити у мові ДПД наступні семантико-тематичні групи термінологічних СЛЮ:

Топоніми: *Med* – *The Mediterranean*, *HK* – *Hong Kong*, *IO* – *Indian Ocean*, *Ir* – *Ireland*, *ME* – *Middle East*, *N. Z.* – *New Zealand*, *U. K.* – *United Kingdom*. Ця група СЛЮ хоча й вживається також і в інших субмовах, є однією з провідних у ДПД, бо відображає соціальні та геополітичні аспекти міжнародної політики.

Назви міжнародних організацій: *ILO* – *International Labour Organization*, *IMF* – *International Monetary Fund*, *OAS* – *Organization of American States*, *UN* – *United Nations*, *U. T. O.* – *Universal Tourist Organization* та ін. Тут можливе також і внутрішнє членування на підвиди, адже кожна організація має своє конкретне спрямування; це економічні, екологічні, політичні, військові та ін. види організацій.

Назви конференцій. Роль цих СЛЮ полягає не лише у мовній економії, але й у створенні прагматичного вектора документа: часте використання цих СК у певному документі акцентує увагу на його політичних та ідеологічних цілях: *AAPC* – *All African People's Conference*, *CCD* – *Conference of the Committee on Disarmament*, *CSCE* – *Conference on Security and Cooperation in Europe* та ін.

«Дипломатичні топоніми»: назви комітетів, комісій, програм, асоціацій, федерацій, банків, видів документів: *IAC* – *International Air Convention*, *IAF* – *International Aeronautic Federation*, *ICC* – *International Chamber of Commerce*, *GATT* – *General Agreement on Tariffs and Trade*, *UNDC* – *United Nations Disarmament Commission*, *IBRD* – *International Bank for Reconstruction and Development* та ін.

Предмети та поняття внутрішньої політики, які не будучи об'єктами прямого обговорення, все ж зустрічаються у ДПД часто для оптимізації розуміння ідейно-політичної ситуації. З огляду на це, представляють собою інтерес для нашого дослідження: *AAA(B)* – *British Anti-Apartheid Movement*, *AB* – *air base*, *ACDA* – *Arms Control and Disarmament agency*, *GLC* – *Greater London Council*, *USC* – *United States Congress*, *R. A. F.* – *Royal Air Force* та ін.

Група СК, які можемо об'єднати під спільною назвою загальних понять завдяки їхній єдиній спільній функції (на відміну від інших груп) – мовній економії. Сюди належить велика частина редукованих латинських та французьких запозичень та графічних СК широкозживаних понять, таких як: *i. e.* – *id est*, *P. S.* – *postscriptum*, *v.* – *vide*, *P. C.* – *pour condoler*, *P. M.* – *pour memoire* та ін.

Така семантико-тематична систематизація СЛЮ англомовного ДПД дозволила системно представити СЛЮ та визначити їхню роль у формуванні терміносистеми англомовного ДПД. Дослідження продемонструвало, що термінологічні СЛЮ є повноцінними термінами англійського ДПД, серед яких виділяємо декілька структурних типів та семантико-тематичних груп. Прагматичний аспект СЛЮ визначається їх функціями, які не обмежуються лише мовною економією, але мають певне відношення до створення стилю документів, до відображення їх ідеологічного та політичного спрямування. Процес СК та усі його результативні утворення є закономірним та поширеним явищем термінології мови ДПД.

### Література:

1. Алексеев Д. И. Сокращённые слова в русском языке / Д. И. Алексеев. – Саратов : Изд-во Саратовского ун-та, 1979. – 327 с.
2. Борисов В. В. Аббревиация и акронимия. Военные и научно-технические сокращения в иностранных языках / В. В. Борисов. – М. : Воениздат, 1972. – 320 с.
3. Гусак І. П. Структура та прагматика фрагментованих лексичних одиниць у сучасній англійській мові: автореф. дис.... канд. філолог. наук: 10.02.04 / Ігор Петрович Гусак. – Львів, 2005. – 21 с.
4. Єнікеєва С. М. Телескопія як основа утворення нових дериваційних засобів англійської мови / С. М. Єнікеєва // Вісник Запорізького держ. ун-ту. Серія: Філологічні науки. – 1998. – №1. – С. 46-48.
5. Зацний Ю. А. Сучасний англомовний світ і збагачення словникового складу / Ю. А. Зацний. – Львів : ПАІС, 2007. – 228 с.
6. Мороз А. Скорочення в терміносистемі торгівлі (на матеріалі німецької та української мов) / А. Мороз // Вісник: Проблеми української термінології: Збірник наукових праць – Львів : Вид-во НУ «Львівська політехніка», 2008. – С. 75-77.
7. Олійник О. Ініціальні скорочення в сфері військової лексики англійської мови / О. Олійник // Нова філологія, 2008. – Вип. 31. – С. 116-119.
8. Помірко Р. С. Зредуковані форми слів у еволюції романських мов / Р. С. Помірко // Нова філологія, 1993. – Вип. – 105. – С. 3.
9. International Convention for the Suppression of Terrorist Bombings, 1997. – 15 p. [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.un.org/law/cod/terroris.htm>.
10. Protocol annexed by Treaty of Nice to Treaty on European Union and EC, ECSC, and Euratom Treaties. Enlargement (2001) // Rudden and Wyatt's EU Treaties and Legislation / [Ed. by Derick Wyatt]. – Oxford : Oxford University Press, 1999. – P. 131-135.

Карпа І. Б.,

Дрогобицький державний педагогічний університет ім. І. Франка, м. Дрогобич

## РЕАЛІЗАЦІЯ ФУНКЦІЇ АРГУМЕНТАЦІЇ В ЕЛЕКТРОННИХ ТЕКСТАХ (НА МАТЕРІАЛІ ІНФОРМАЦІЙНО-ДОВІДКОВОГО СЕРВІСУ YAHOO!ANSWERS)

У статті розглядаються особливості реалізації функції аргументації в електронних текстах інформаційно-довідкового сервісу Yahoo!Answers. Встановлено, що аргументація як процес переконання в текстах Yahoo!Answers містить два компоненти – Тезу і Підґрунтя.

**Ключові слова:** функція аргументації, інформаційно-довідковий сервіс Yahoo!Answers, електронний текст, віртуальна комунікація, Теза, Підґрунтя.

В статье рассматриваются особенности реализации функции аргументации в электронных текстах информационно-справочного сервиса Yahoo!Answers. Установлено, что аргументация как процесс убеждения в текстах Yahoo!Answers состоит из двух компонентов – Тезиса и Основания.

**Ключевые слова:** функция аргументации, информационно-справочный сервис Yahoo!Answers, электронный текст, виртуальная коммуникация, Тезис, Основание.

This article addresses the peculiarities of realization of the argumentative function in electronic texts of the information-and-reference service Yahoo!Answers. It is established that argumentation as the process of persuasion in Yahoo!Answers texts contains two components – Claim and Warrant.

**Key Words:** argumentative function, information-and-reference service Yahoo!Answers, electronic text, virtual communication, Claim, Warrant.

**Постановка проблеми в загальному вигляді, її актуальність та зв'язок із науковими завданнями.** Віртуальна комунікація, орієнтована на залучення великої кількості комунікантів, задоволення їх потреб у наданні та отриманні інформації, формуванні певних статусних переваг у процесі мовлення, системи цінностей і пізнавального потенціалу в межах окремого тексту, викликає особливий інтерес лінгвістів. Як комунікативне середовище у нашому дослідженні використовується інформаційно-довідковий сервіс Yahoo!Answers – веб-сайт, створений за структурою питання – відповідь (Q&A), де зареєстровані користувачі мають право задавати запитання і відповідати на них. Оскільки віртуальна комунікація в Yahoo!Answers реалізується у формі електронних текстів, у контексті даної статті вважаємо доцільним окреслити одну з домінантних функцій текстів у даному комунікативному середовищі – аргументативну.

**Метою** даного дослідження є виявлення особливостей реалізації функції аргументації в інформаційно-довідковому сервісі Yahoo!Answers.

**Завдання:** 1) визначити компоненти аргументації як процесу переконання в електронних текстах Yahoo!Answers; 2) з'ясувати аргументативні механізми впливу на ментальну сферу адресата в Yahoo!Answers.

**Предметом** дослідження є електронні тексти англomовного сегменту інформаційно-довідкового сервісу Yahoo!Answers, **об'єктом** – лінгвістичні і екстралінгвістичні засоби реалізації функції аргументації у текстах Yahoo!Answers.

Функція аргументації передбачає реалізацію функцій мовних висловлювань в тексті і слугує базою для інтерпретації іллокутивних функцій, які оперують у ньому. «У процесі аргументування мовець реалізує себе як мовна особистість, демонструючи свою мовну, комунікативну і лінгвістичну компетенцію» [1, с. 5]. Отже, аргументація виникає внаслідок внесення у текст певних авторських позицій, тобто функція аргументації може розкриватися через провокацію мовної діяльності, що може частково виявлятися, зокрема, в ситуаціях доведення позиції.

Аргументація як процес переконання виконує шість різних функцій: дані, висновок, обґрунтування, попередні судження, кваліфікування аргументації і умови, при яких допускаються винятки. Більша частина цих функцій у реальному аргументуючому тексті переважно відсутня [5, с. 197], тому в рамках опису дискурсу слід говорити передовсім про «аргументативні функції як семантичні відношення всередині тексту, які мають на меті доказ чи аргументування» [6, с. 298]. До трискладової функціональної моделі аргументації С. Тулміна, яку ми обираємо за основу аналізу одноіменної функції в Yahoo!Answers, входять такі базові компоненти: *Теза* (Claim) – судження, яке можна стверджувати або заперечити, *Дані* (Data) – факти і події, висловлена думка, *Підґрунтя* (Warrant) – виправдання чи підтримка, яка, власне, виступає аргументацією і складається з «аргументу» та «загального правила» [9, с. 87]. Ми вважаємо, що до складу електронного тексту, який має на меті переконання й аргументацію позиції мовця, входять два компоненти: *Теза* і *Підґрунтя*.

Отже, таке розуміння передбачає експліцитну та імпліцитну аргументацію. Наприклад, автор повідомлення чітко аргументує свої поради щодо виживання у критичній ситуації, структуруючи та сегментуючи текст повідомлення, тим самим послідовно підводячи адресата до *логічного висновку* (*Тези*) про спільні риси поведінки за різних обставин. У текстах Yahoo!Answers Теза висувається переважно на початку відповіді на запитання:

*Теза: Depends on the situation.*

*But survival is a very broad term, and it's unclear what your starting situation is vs. what your realistic prospect of getting out is.*

*Підґрунтя* However, that said there are some commonalities

1. BE CALM [...]

2. Get out of danger [...]

3. You have to do a couple of things immediately [...]

4. Assess what resources you have available to you [...]
5. Access to identification criteria [...]
6. You need to determine how best to get out of the situation in hand [...]
7. Be prepared to travel VERY lightly [...] [8,

[http://answers.yahoo.com/question/index;\\_ylt=ArRcY.BmeADIR3JcVD\\_7cf8jzKIX;\\_ylv=3?qid=20081103035923AAPdL1H](http://answers.yahoo.com/question/index;_ylt=ArRcY.BmeADIR3JcVD_7cf8jzKIX;_ylv=3?qid=20081103035923AAPdL1H)].

Ключовою ідеєю цієї Тези є твердження, що у будь-якій критичній ситуації, спрямованій на виживання, є спільні риси. У даному електронному тексті поєднуються експліцитна (Підґрунтя) та імпліцитна (сегментація, нумерація) аргументація. Підґрунтя характеризується використанням переважно спонукальних речень (*set aside everything you want to take, and all the money you intend to bring. Then take 1/2 of the stuff away and add twice as much more, Be Calm, Get out of danger*), які дають змогу висловити судження в категоричній формі, а також умовного способу (*If you are stranded on an Island you need to do some things that you might not need to worry about, if you were trying to escape from ...*), питальних речень (*Do you need money, access to identification criteria?*), розповідних типів речень (*Beyond the immediate needs of acquiring the basic life necessities – [...], you need to determine how best to get out of the situation in hand*), що допомагає дати розгорнуте пояснення висунутій Тезі. Повтор дієслова *need* концентрує увагу на предметі аргументації та Тезі.

Специфіка аргументації як виду комунікативного процесу і виду мовленнєвого впливу визначається атмосферою конфліктності, під якою розуміють «когнітивний і/або аксіологічний дисонанс» [1, с. 281]. Подолання цього дисонансу лежить у підґрунті формування комунікативного комфорту, отже, постає умовою ефективного функціонування мовця як суб'єкта діяльності і мовного середовища, як набору відповідних умов для задоволення комунікативних потреб.

Аналізуючи теорію когнітивного дисонансу, В. Ф. Іванов зазначає: важливим показником є ступінь дисонансу, від якого залежить інтенсивність прагнення комуніканта до зменшення дисонансу [3, с. 37]. На рівні віртуальної комунікації в Yahoo!Answers слід говорити про включення механізмів аргументації у відповіді, тобто уникнення дисонансу між комунікантами шляхом продовження спілкування з обраною темою. Крайніми проявами функції аргументації стає Інтернет-залежність користувачів Yahoo!Answers і, як наслідок, – уникнення реальності задля своєї реалізації у віртуальному просторі, самоствердження через високий статус у даному середовищі.

Важливою також є можливість формування соціальної ролі у повідомленні відповідно до настанови та очікувань від спілкування.

Наступне запитання відображає сумнів, хезитацію виражену реквестивними мовленнєвими актами з використанням модальних дієслів (*Should I, How can I*), вказує на важливість проблеми нелегальної міграції капіталізацією виділеного фрагменту та формує свої очікування від спілкування: (*I need to support my argument, Please I need help*). *I'm doing Oral Presentation on ILLEGAL IMMIGRANTS. How can I start.. ? I need to support my argument. Should I be for or against ILLEGAL Immigrants? Please I need help* [4, [http://answers.yahoo.com/question/index;\\_ylt=AtXxKlcioGVtCSJOQv5C6A7a7BR.;\\_ylv=3?qid=20071204140802AAJ6u2s](http://answers.yahoo.com/question/index;_ylt=AtXxKlcioGVtCSJOQv5C6A7a7BR.;_ylv=3?qid=20071204140802AAJ6u2s)].

Відповідь учасниці коментування з ніком *Amanda h* демонструє включення до тексту повідомлення аргументів ствердження власної позиції з метою переконання адресата та захисту своєї точки зору, висловленої у Тезі:

**Теза:** *Amanda h I don't know that you can be «for» illegal immigration. It is dangerous. Many people set off from Mexico and don't arrive on this side.*

**Підґрунтя:** *If you are NOT supportive of illegal immigrants I would say, Illegal immigrants endanger our country not only economically but also culturally. Then, I would go into the economic impact and the effect on our culture when so many from other cultures don't share our collective «values».*

Автор повідомлення виразно окреслює свою позицію капіталізацією заперечної частки *NOT supportive* та мотивуючи загрозу від нелегальної міграції вживанням класифікуючих конекторів аргументативного дискурсу – прислівників, які походять від прикметників [1, с. 98] *endanger economically, culturally*. Неодноразове повторення словосполучень, похідних від прикметників *economical* і *cultural*, дає змогу висловити судження про реальну безпеку для колективних цінностей американського суспільства з боку нелегальних іммігрантів.

Аргументація – один із можливих шляхів реалізації задуму, – вважає В. З. Дем'янков [2, с. 13], тому на об'єктивне висвітлення проблеми та намагання дати вичерпну відповідь щодо проблеми негативне ставлення мовця не впливає:

*If you are for them, I would say, «Our statue of liberty reads, give us your weak, your poor, your huddled masses yearning to be free. Our country was built on immigrants, a safe place for those escaping persecution, needing religious freedom. How can we as a country turn our backs on the premise of our country and turn away those who need us most?»*

Таким чином, у даному тексті повторення присвійного займенника *your* та вказівного *those* для позначення злиднених мас іммігрантів вказує на жалісливе, дещо зневажливе ставлення до них. Аргументом допомогти потребуючим є звернення до історії, а вживання метафори *a safe place* для позначення країни, яка завжди надавала притулок переслідуваним, закликає до співчутливості. Проте сам факт капіталізації заперечної частки *NOT* і традиційний спосіб написання прийменника *for them* імпліцитно відображає висловлене в Тезі судження: *I don't know that you can be «for» illegal immigration*.

Отже, дослідження аргументації у кожному конкретному випадку переконання адресата повинно базуватися на формуванні аргументативного дискурсу в межах комунікативного середовища Yahoo!Answers. Аргументативний дискурс розкривається в Yahoo!Answers через можливість здійснення інтерактивної взаємодії, не обмеженої категоріями простору і часу, за умов належної якості технічного забезпечення та можливість використання різних синтаксем, що властиві середовищу спілкування (від невербальних засобів до різного регістру написання тексту).



Дія механізму повтору нагадує навіювання [1, с. 108], таким чином, мовець успішно відстоює свою точку зору і впливає на ментальну сферу реципієнта, наприклад, багаторазове повторення опозиції *If you fear – stay out* (якщо ти боїшся – тримайся подалі) використовується з аргументативною метою у такому електронному тексті:

**fullofsu.. What is the best state to live in the U. S. A. ?**

**Теза: AmusedOn.** *It depends on which natural disasters you are trying to avoid.*

**Підгрунття: If you fear hurricanes, stay out of Florida** (*Though we do have the lowest unemployment rate in the nation right now*)

**If you fear earthquakes, stay out of California...**

**If you fear twisters & tornados, stay out of the midwest and southwest.**

**If you fear nor'easters and blizzards and cold weather, stay out of the north east & Mountain states.**

**If you fear bible thumpers and neo-con racists, stay out of the south.**

**If you fear hypocracy and greed coupled with backstabbing lying bastards, stay away from Washington DC.**

**Теза: I think that leaves may be one or two states....**

*Good luck with that!.*

Наведений приклад кваліфікуємо як типовий зразок навіювання, впливу на ментальну сферу реципієнта для аргументації висловленої Тези. У кінці тексту на підставі уникнення природних катаклізмів, описаних у іронічному контексті, мовець доходить висновку про існування одного або двох найкращих штатів (*that leaves may be one or two states....*), які не ввійшли до цього списку.

Наступний коментар висловлює тезу, що найкращим штатом є Каліфорнія. Це досягається іронізуванням над вимовою губернатора штату Арнольда Шварценеггера (*KHALIFORNIA*) та введенням паронімічної атракції *SUN FUN AND SAND* з метою викликати у реципієнта приємні асоціації, для аргументації свого бачення хорошого вибору: **Теза: Bianconero till I die KHALIFORNIA** -----> *THE WAY ARNOLD SAYS IT.* **Підгрунття: SUN FUN AND SAND THROUGHOUT THE YEAR** [7, [http://answers.yahoo.com/question/index;\\_ylt=Aoo0EN30Eik7ptJbWZXXVg0JzKIX;\\_ylv=3?qid=20060804124709AAykooF](http://answers.yahoo.com/question/index;_ylt=Aoo0EN30Eik7ptJbWZXXVg0JzKIX;_ylv=3?qid=20060804124709AAykooF)].

Реакція автора запитання на найкращу відповідь вказує на ефективність попереднього аргументу і задоволення потреби мовця: **Asker's Comment: like the Arnold touch.**

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** У результаті дослідження ми доходимо висновку про застосування суто формальних ознак аргументації в текстах Yahoo!Answers (нумерації, сегментації), та включення багатьох чинників переконання і ствердження позиції. Як правило, механізм аргументації проявляється завдяки акцентуванню на особистих характеристиках мовців у Підгрунті, появі актуальних асоціацій (як от нові для співрозмовників аргументи при з'ясуванні якого-небудь питання або асоціації, породжені фактами). Аргументи застосовані у Підгрунті обгрунтовують задум, викладений у Тезі, що в кінцевому рахунку свідчить про ефективність адресанта для віртуальної комунікації.

Відзначимо також, що ретельне вивчення даної функції в іншому комунікативному середовищі може стати предметом окремого дослідження на основі узагальнень, що стали результатом аналізу електронних текстів інформаційно-довідкового сервісу Yahoo!Answers.

#### Література:

1. Белова А. Д. Лингвистические аспекты аргументации / А. Д. Белова. – К. : Астрей, 1997. – 311 с.
2. Демьянков В. З. Эффективность аргументации как речевого воздействия / В. З. Демьянков // Проблемы эффективности речевой коммуникации. – М. : ИНИОН АН СССР, 1989. – С. 13-40.
3. Иванов В. Ф. Аспекты массовой коммуникации // Теории и модели массовой коммуникации / В. Ф. Иванов. – К. : ЦВП, 2009. – Часть III. – 330 с.
4. ВіН. ILLegal Immigration!!!!? – 2008. – Режим доступу : [http://answers.yahoo.com/question/index;\\_ylt=AtXxKlciogVtCSJOQv5C6A7a7BR;\\_ylv=3?qid=20071204140802AAJ6u2s](http://answers.yahoo.com/question/index;_ylt=AtXxKlciogVtCSJOQv5C6A7a7BR;_ylv=3?qid=20071204140802AAJ6u2s).
5. Eberenz R. Tempus und Textkonstitution im Spanischen : Eine Untersuchung zum Verhalten der Zeitform auf Satz- und Textebene / R. Eberenz. – Tübingen, 1981. – 246 s.
6. Eco U. The Role of the Reader. Explorations in the Semiotics of the Texts / U. Eco – Indianapolis : Indiana University Press, 1979. – 273 p.
7. fullofsu... What is the best state to live in the U.S.A. ? – 2006. – Режим доступу : [http://answers.yahoo.com/question/index;\\_ylt=Aoo0EN30Eik7ptJbWZXXVg0JzKIX;\\_ylv=3?qid=20060804124709AAykooF](http://answers.yahoo.com/question/index;_ylt=Aoo0EN30Eik7ptJbWZXXVg0JzKIX;_ylv=3?qid=20060804124709AAykooF). – 2006.
8. NightShyamalan. What are your best tips for getting through a difficult survival situation? – 2009. – Режим доступу : [http://answers.yahoo.com/question/index;\\_ylt=ArRcY.BmeADIR3JcVD\\_7cf8jzKIX;\\_ylv=3?qid=20081103035923AAPdL1H](http://answers.yahoo.com/question/index;_ylt=ArRcY.BmeADIR3JcVD_7cf8jzKIX;_ylv=3?qid=20081103035923AAPdL1H)
9. Toulmin S. The uses of argument / S. Toulmin. – Cambridge : Cambridge UP, 1958. – 385 p.

Каширина М. М., Семиколенова Е. И.,

Таврический национальный университет им. В. И. Вернадского, г. Симферополь

## К ВОПРОСУ ОБ УСТАНОВЛЕНИИ ГРАНИЦ МОТИВАЦИИ В СЛОВООБРАЗОВАНИИ

*У статті розглядаються різні підходи до визначення мотивації в словотворенні, зокрема, пропонується залучати факти як синхронії, так і діахронії. Це дозволить розмежувати поняття мотивації та похідності, що доцільно при описі емоційного і культурного «шлейфу» лексики російської мови.*

**Ключові слова:** мотивація, похідність, синхронічний аспект, діахронічний аспект.

*В статье рассматриваются различные подходы к определению мотивации в словообразовании, в частности, предлагается привлекать факты как синхронии, так и диахронии. Это позволит разграничить понятия мотивации и производности, что целесообразно при описании эмоционального и культурного «шлейфа» лексики русского языка.*

**Ключевые слова:** мотивация, производность, синхронический аспект, диахронический аспект.

*The paper discusses the various approaches to the definition of motivation in word formation, in particular, are encouraged to include facts in both synchronous and diachronic. This allows to distinguish between motivation and derivatives, it is appropriate to describe the emotional and cultural «plume» Russian vocabulary.*

**Keywords:** motivation, derivation, synchronic aspect, diachronic aspect.

Одной из основ теории словообразования является феномен мотивации. Однако до сих пор в лингвистике нет её однозначного определения. Часто используется целый ряд синонимов: мотивированность, мотивировка, мотивирование, мотивизация, мотив, внутренняя форма слова, этимон, этимема, выводимость значения, производность. Установление сущности мотивации имеет долгую историю, в ходе которой накоплен большой теоретический и практический опыт. Это нашло отражение в рамках различных лингвистических дисциплин: лексикологии, синхронного и исторического словообразования, ономазиологии, этимологии, общего языкознания, номинации. Тем не менее, вопрос о сущности мотивации остается открытым.

Впервые термины *мотивированность*, *мотивированный* употребил Ф. Соссюр в «Курсе общей лингвистики»: «*Не существует языков, где нет ничего мотивированного; но нелегко себе представить и такой язык, где мотивировано было бы все. Между двумя этими крайними точками – наименьшей организованностью и наименьшей произвольностью – можно найти промежуточные случаи. Во всех языках имеются двоякого рода элементы – целиком произвольные и относительно мотивированные, – но весьма в разных пропорциях, и эту особенность языков можно использовать при их классификации*» [14, с. 165]. Позже мотивированность связали с производностью и начали рассматривать как свойство производных слов. Началом такого употребления термина стала опубликованная в 1946 г. статья Г. О. Винокура: «... *есть слова, по структуре своей составляющие вполне условные обозначения соответствующих предметов действительности, и слова, составляющие в известном смысле не вполне условные, мотивированные обозначения предметов действительности, причем мотивированность этого рода обозначений выражается в отношениях между значащими звуковыми комплексами, обнаруживающимися в самой структуре этого рода слов. Эти слова и суть слова с производными основами*» [4, с. 421].

Термин *мотивация* для обозначения синхронных словообразовательных связей утвердился в 1962 г. после публикации книги М. Докулила «*Tvoření slov v češtině. I. Teorie odvozování slov*» [15, с. 6]. Это дало начало исследованиям проблем словообразовательной мотивации (О. И. Блинова, Н. Д. Голев, И. С. Улуханов, И. А. Ширшов). Однако в некоторых работах (Е. А. Земская, Е. С. Кубрякова) встречается и другой термин – *производность*, который привлекается в качестве синонима. Так, в учебнике «Современный русский язык» есть разделы (автор Е. А. Земская), в названиях которых употреблен термин мотивация: «*Отношения метафорической мотивации*» [13, с. 136]; «*Отношения периферийной мотивации*» [13, с. 137], но в самих этих разделах, как и во всем учебнике, употребляется только термин производность: «*В тех случаях, когда производное слово основывается на переносных (метафорических) значениях производящего, их связывают отношения метафорической производности*» [13, с. 136]; «*Для слов, связанных отношениями периферийной производности, характерен семантический компонент «в том числе»*» [13, с. 137]. Таким образом, Е. А. Земская, выделяя виды формально-семантических отношений, ставит знак равенства между производной и мотивированной, производящей и мотивирующей основами.

И. С. Улуханов разводит понятия производность и мотивированность, поскольку отмечает, что синхронные словообразовательные отношения не всегда тождественны пути образования слова. Учёный предлагает следующую типологию отношений между производностью и мотивированностью:

1. Слова, имеющие производящее и мотивирующее;

Эта группа делится на две подгруппы. Первая – слова, у которых производящее и мотивирующее совпадают: *зима* → *зимой*. Исследователь отмечает, что «*при тождестве мотивирующего и производящего могут быть не идентичны синхронная структура и диахронический способ словообразования*» [15, с. 23]. При наличии у слова нескольких производящих может сохраниться мотивация лишь одним из них. Вторая подгруппа – слова, образованные от одного слова, но мотивированные другим. Среди них различаются слова, у которых смена мотивирующего не сопровождалась изменением фонемного состава (например, *горький* → *горчить* → *перегорчить*, *погорчить*), и слова, у которых изменение фонемного состава имело место в результате семантических изменений у мотивированного слова (сущ. *свидетель* по происхождению связано с *вѣдѣти*, но в дальнейшем стало связанным с *видѣти*).

2. Слова, не имеющие производящего, но имеющие мотивирующее;

Такие слова можно разделить на две группы.

2. 1. Слова, имевшие в прошлом в русском языке производящее, но утратившие его.

Так, существительное *валежник* «сухие сучья, деревья, упавшие на землю» было образовано от имеющегося только в диалектах слово *валеж* «лес, порубленный с весны», а мотивируется глаголами *валить*, *валиться*, от которых было образовано и производящее *валеж*. В результате подобных процессов в слове возникают новые словообразовательные форманты: например, сложный суффикс *-ежник*, поскольку оба словообразовательных акта *валить(ся)* → *валеж* и *валеж* → *валежник* осуществлялись с помощью суффиксации.

2. 2. Слова, не имевшие производящего.

Например, глагол *мордовать* «избивать» образован от польск. *mordować*, однако синхронно ассоциируется с существительным *морда*.

3. Слова, имеющие производящие, но не имеющие мотивирующего.

Это слова, пережившие процесс дестимологизации и переставшие соотноситься с сохранившимися словами, от которых они были образованы. Например, *кусать* → *кусок*, *кадык* → *закадычный*, *еж* → *ежиться*, *палата* → *палатка*. Данное явление исследовали Л. А. Булаховский, Т. Г. Аркадьева, О. П. Ермакова и др.

4. Слова, не имеющие ни производящего, ни мотивирующего.

С синхронной точки зрения эта группа делится на членимые: *говядина*, *запрячь*, *вложить* и нечленимые слова: *хитрый*, *вода*, *сын*.

В «Русской грамматике» – 1980 (авторы раздела – В. В. Лопатин и И. С. Улуханов) мотивация рассматривается как основа словообразования. Следует учесть, что в данной работе процессы словообразования исследуются в синхронии, диахронный аспект во внимание не берется. В связи с этим М. Ф. Лукин считает замену термина *производность* на *мотивацию* неправомерной. Он полагает, что диахрония присутствует в самой синхронии, хотя это присутствие далеко не всегда ощутимо [9, с. 97]. Как образец сочетания синхронии и диахронии исследователь называет книгу В. В. Виноградова «Русский язык: Грамматическое учение о слове».

В. В. Виноградов с понятием мотивированности связал определение внутренней формы слова: «*Мотивированность значений слов связана с пониманием их строя, с живым сознанием семантических отношений между словесными элементами языковой системы*» [3, с. 17]. В данном определении мотивированность лексической единицы обусловлена тремя факторами: 1) фактором ее структуры («*строя*»); 2) фактором системы, системных отношений; 3) фактором языкового сознания. «*Различия между мотивированными и немотивированными словами, – продолжает ученый, – обусловлены не только грамматическими, но и лексико-семантическими связями слов. Тут открывается область новых смысловых отношений в структуре слова, так называемых «внутренних форм слова»*» [3, с. 17].

Концепция В. В. Виноградова оказалась созвучной взглядам О. И. Блиновой: «*Внутренняя форма слова – средство, способ реализации в слове его мотивированности: лексической (результат мотивации однокорневой лексической единицей) и структурной (результат мотивации одноструктурным или одноструктурными образованиями)*» [2, с. 28]. Исследовательница дает толкование мотивированности как «*структурно-семантическому свойству слова, позволяющему осознать обусловленность связи его звучания и значения на основе соотносительности с языковой или неязыковой действительностью*» [2, с. 19].

Н. Д. Голев полагает, что внутренняя форма слова и мотивированность связаны: «*Внутренняя форма слова – выраженный мотивировочный признак, содержание которого есть её значение*» [5, с. 12]. Для ученого мотивация – одна из сторон процесса деривации, особая форма функционирования слова.

М. Н. Яценецкая, З. И. Рязанова [17, с. 17] указывают, что, кроме деривационно-номинативной, внутренняя форма слова выполняет и системообразующую функцию, являясь основой межлексемных мотивационных отношений, и благодаря этому, представляет собой тот элемент, посредством которого осуществляется связь диахронного и синхронного состояния деривационной системы языка.

Л. Р. Зиндер утверждает, что под мотивированностью в языкознании понимается семантический анализ означаемого, семантическая структура знака или его внутренняя форма [6, с. 347]. К такому же выводу приходят и Н. В. Гяч, В. М. Павлов, Н. Г. Комлев, А. В. Кунин, В. М. Лейчик.

И. А. Ширинов предлагает закрепить за термином *мотивированность* значение «*семантическая выводимость*» [16, с. 51]. Во-первых, понятие «*семантическая выводимость*» шире понятия производности. Например, слово *обод* подверглось формальному опрошению, а семантические связи со словом *обвести* – *обводить* сохранились, ср. *обод* – *металлическая пластинка, охватывающая, обводящая колесо*. Это слово уже непроизводное, но еще мотивированное. Во-вторых, семантика слова, ввиду своей подвижности, обладает способностью к изменениям от отчетливости до ассоциативности, а слово обладает своей шкалой мотивированности. В-третьих, мотивированность имеет свою систему измерения и типологию.

Однако ученые Е. В. Комина, М. Д. Степанова и И. И. Чернышева придерживаются иной точки зрения. Для них мотивированность – понятие синхронное и её не следует путать с этимологией. С этим мнением согласен Т. Р. Кияк, который говорит о том, мотивированность – это количественная и качественная характеристика внутренней формы: «*Внутренняя форма /хотя бы исторически/ присуща любой лексической единице, в то время этимология слов не способствует обнаружению мотивированности*» [7, с. 68].

Обычно мотивацию рассматривают в синхронии или диахронии, однако О. П. Ермакова и Н. Ю. Санникова производность и мотивированность относят к явлениям современного языка, но дают им разное толкование: «*... второе понятие [производность] шире первого [мотивация]: анализируя дериват с точки зрения семантики, целесообразнее говорить о его мотивированности (план содержания), с формально-семантической точки зрения – о его производности (план выражения и содержания одновременно)*» [10, с. 3].

В середине 80-х годов мотивация становится частью теории номинации и начинает рассматриваться в ином, онтологическом, ракурсе. Мотивация – понятие и словообразования, и теории номинации, поэтому оно имеет два аспекта: лингвистический (главный) и онтологический (в связи со способами отражения признаков именуемого объекта). Источниками мотивации считаются либо внеязыковая действительность, либо внутриязыковые семантические отношения. Следовательно, под мотивацией понимают, с одной стороны, выбор языкового материала для обозначения признака предмета из уже существующего в языке состава морфем (В. А. Звегинцев, А. И. Смирницкий): «*Ощущение носителями языка формально-семантической ассоциативной связи данного слова с другими членами словаря*» [8, с. 65]; с другой стороны, выбор признака предмета, который становится представителем предмета в целом (Р. А. Будагов, И. В. Арнольд).

Ряд определений объединяет оба аспекта: мотивация – не только выбор признака обозначаемого предмета, но и включение мотивированной связи нового слова с его предшественниками в язык (Н. М. Шанский) или выражение в слове признака называемого предмета, используемое в качестве названия данного предмета в целом (Н. М. Амосова).

И. С. Топорцев, который одним из первых ввел мотивацию в сферу ономазиологии, определяет её как «*свойство слов, по которому носитель языка может судить об оправданности, рациональности, объяснимости, понятности связи значения и звуковой оболочки в каждой данной лексической единице*» [8, с. 33]. Ученый различает понятия «мотивировка» и «мотивированность». Понимая под мотивировкой процесс, связанный с производством новых лексических единиц, автор предлагает рассматривать ее с точки зрения говорящего, точнее, создающего лексическую единицу. Мотивированность же, связанную с функционированием языка, предлагается изучать с позиции слушающего, со стороны пользующегося лексической единицей. При этом мотивировка и мотивированность оказываются необходимыми этапами номинации как процесса и номинации как результата соответственно.

Когнитивный аспект исследования процессов номинации позволил установить, что при создании номинативных единиц включаются различные психические механизмы и познавательные возможности сознания. В связи с этим появляется новая трактовка мотивации как лингвопсихоментальной операции. Так, Е. А. Селиванова считает: «*Мотивация – это сквозная для модели порождения психоментальная операция, результатом которой является семантико-ономазиологическая зависимость языковых знаков (производного и производящего), возникающая на основе сложной системы коннекций концептов человеческого сознания*» [11, с. 158]. В монографии «Когнитивная ономазиология» исследовательница описала методику и принципы когнитивно-ономазиологического анализа. Этот подход позволил расширить границы определения наименования слова.

Проведенный анализ дал возможность сделать следующие выводы. отождествлять мотивацию и производность далеко не всегда целесообразно. Мотивация – результат глубинной психоментальной операции, который позволяет объяснять ассоциативно-образные, метафорические связи мотивированных и мотивирующих, однако она не касается структуры слова. Производность – понятие более широкое, чем мотивация, поскольку затрагивает семантический и формальный планы словообразования. Тем не менее, довольно часто анализа только производности недостаточно. В русском языке многие слова имеют эмоциональный и культурный «шлейф», поэтому для понимания их значения необходимо обращаться и к синхронии, и к диахронии одновременно. Например, только благодаря знанию исторических фактов можно определить происхождение глагола *простоволоситься* – «в старину считалось предосудительным женщине ходить с непокрытой головой, простоволосой» [12]. Только жизненный опыт поможет установить мотивацию слова *обезьянничать* – «как и обезьяна слепо, бессмысленно подражать кому-либо, перенимать чью-либо манеру поведения, копировать кого-либо» [12]. Знание басен И. А. Крылова позволит выявить связь между глаголом *стрекозить* и существительным *стрекоза* («Стрекоза и Муравей»).

В русском слове причудливым образом отразилась история и богатая культура, социальные и духовные ценности, этические нормы и эстетические предпочтения. Именно поэтому в словообразовании иногда трудно разделить диахронный и синхронный аспекты. Мы присоединяемся к точке зрения ряда ученых, которые отмечают, что «интеграция описания синхронического и диахронического словообразования менее распространенная, чем их изолированный анализ, однако более перспективная и необходимая» [15, с. 19]. Во многих случаях такой комплексный подход к анализу слова помогает выявить особенности соотношения мотивации и производности, их взаимодействия. Это поднимает исследование на более высокий уровень, объединяя процессы номинации и словообразования, ибо человек, «одевая» окружающий мир в слово, не остается равнодушным, и в поиске новых наименований, обращается к уже имеющимся знаниям и опыту, которые закреплены в языке.

#### Литература:

1. Блинова О. И. Мотивология и её аспекты / О. И. Блинова. – М. : Красанд, 2010. – 304 с.
2. Блинова О. И. Явление мотивации слов: Лексикологический аспект / О. И. Блинова. – М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2011. – 208 с.
3. Виноградов В. В. Русский язык: Грамматическое учение о слове / В. В. Виноградов. – М. : Русский язык, 2001. – 720 с.
4. Винокур Г. О. Заметки по русскому словообразованию / Г. О. Винокур // Избранные работы по русскому языку. – М. : Учпедгиз, 1959. – 421 с.
5. Голев Н. Д. Динамический аспект лексической мотивации / Н. Д. Голев. – Томск : Изд-во ТГУ, 1989. – 252 с.
6. Зиндер Л. Р. Условность и мотивированность языкового знака / Л. Р. Зиндер // Фонетика. Фонология. Грамматика. – М. : Учпедгиз, 1971. – С. 26-37.
7. Кияк Т. Р. Мотивированность лексических единиц (количественные и качественные характеристики) / Т. Р. Кияк. – Львов : Издательское объединение «Вища школа», 1988. – 161 с.

8. Комина Е. В. Мотивация как лингвистическое явление / Е. В. Комина // Семантика и структура слова. – Калинин : Издательство Калининского университета, 1984. – С. 54-61.
9. Лукин М. Ф. К вопросу о взаимосвязи синхронии и диахронии в словообразовании / М. Ф. Лукин // Филологические науки. – М. : Просвещение, 1997. – С. 89-98.
10. Санникова Н. Ю. Мотивированность и производность слов в современном русском языке: Методические рекомендации / Н. Ю. Санникова. – Астрахань: Издательский дом «Астраханский университет», 2006. – 17 с.
11. Селиванова Е. А. Когнитивная ономазиология / Е. А. Селиванова. – К. : Издательство украинского фитосоциологического центра, 2000. – 248 с.
12. Словарь русского языка: В 4-х т. [Электронный ресурс] // [ред. А. П. Евгеньева] – 4-е изд., стер. – М. : Рус. яз.; Полиграфресурсы, 1999. – Режим доступа: <http://feb-web.ru/feb/mas/mas-abc/default.asp>.
13. Современный русский язык [Белошапкина В. А., Земская Е. А., Милославский И. Г., Панев М. В.]; под ред В. А. Белошапкиной. – М. : Высшая школа, 1981. – 560 с.
14. Соссюр. Ф. Курс общей лингвистики / Ф. де Соссюр // Труды по языкознанию. – М. : Прогресс, 1977. – 273 с.
15. Улукханов И. С. Мотивация в словообразовательной системе русского языка / И. С. Улукханов. – М. : ООО «Издательский центр «Азбуковник», 2005. – 314 с.
16. Ширшов И. А. Множественность словообразовательной мотивации в современном русском языке / И. А. Ширшов. – Ростов-на-Дону : Изд-во Рост. гос. ун-та, 1981. – 152 с.
17. Янценецкая М. Н. К проблеме внутренней формы слова / М. Н. Янценецкая, З. И. Рязанова // Вопросы слово- и формообразования в индоевропейских языках. Проблемы семантики. – Томск : Издательство Алтайского университета, 1991. – С. 17-32.

**Коваль Т. П.,**

*Хмельницький національний університет, м. Хмельницький*

### СИНКРЕТИЗМ ФІЛОСОФЕМ «СМІХ» І «ЩАСТЯ»

*У статті висвітлено проблему синкретизму основних цінностей особистості: «щастя» та «сміх». Обґрунтовано функції інтелектуально-естетичного сміху у процесі усвідомлення людиною сенсу життя і особистого щастя. Проілюстровано модули смішного і комічного. Розроблено модель сміхоаналізу афористичних тез-сентенцій з теми дослідження.*

**Ключові слова:** людина, сенс життя, щастя, воля, сміх, гумор, розум, дотепність, дух, духовність, сміхова культура, сміхологема, сміхоаналіз, філософема, безсмертя, воскресіння Духу.

*В статье рассматривается проблема синкретизма основных ценностей личности: «счастье» и «смех». Обосновано функции интеллектуально-эстетического смеха в процессе осознания человеком смысла жизни и личного счастья. Проиллюстрированы модули смешного и комического. Разработана модель смехоанализа афористических тезис-сентенций по теме исследования.*

**Ключевые слова:** человек, смысл жизни, счастье, воля, смех, юмор, ум, остроумие, дух, духовность, смеховая культура, смехологема, смехоанализ, философема, бессмертие, воскресение Духа.

*In the article, the problem of syncretism of the main person values «happiness» and «laugh» are enlightened. Intellectual-esthetic laugh function in the process of realizing by a person of life meaning and personal happiness are substantiated. The moduli of fun and comical are showed. The model of laugh-analysis of aphoristically theses-sentences from the research topic is elaborated.*

**Key words:** a human, life meaning, happiness, freedom, laugh, humor, wit, sharp wit, spirit, spirituality, laugh culture, laugh-unit, laugh-analysis, philosophical unit, immortality, resurrection of the spirit.

Судячи з древніх одкровенень, проблема поколінь, на жаль, вічна. Зіставимо діалог культур. **XXXV ст. до н. е.:** «Молоді люди неприборкані, без послуху і поваги до старших. Істину відкинули, звичаїв не визнають. Ніхто їх не розуміє, і вони не хочуть, щоб їх розуміли. Несуть світу загибель і стануть останньою його межею». **XXX ст. до н. е.:** «Ця молодець деградована до глибини душі. Молоді люди злочинні і недолугі. Ніколи вони не будуть схожими на молодість минулих часів. Молоде покоління сьогодення не зуміє зберегти нашу культуру». **XX ст. до н. е.:** «Наш світ досягнув критичної стадії. Діти більше не слухають своїх батьків. Мабуть, кінець світу вже не дуже далеко» [10, с. 16, 18, 19]. **XXI століття:** не щось подібне, а такі ідентичне вітає у ноосфері планети. Можливо, однією із причин вічних непорозумінь є зневага старшого покоління до досвіду і потреб нового покоління. Варто зробити й інші висновки: причиною кінця світу буде не молодець! Катастрофічно велика дистанція між поколіннями спровокована відсутністю доброзичливої посмішки, котра, як загальновідомо, скорочує будь-які відстані між цивілізованими елітарними особистостями і символізує веселіть-земну Радість. Наш сучасник А. Джексон шостим секретом Справжнього Щастя назвав почуття гумору і силу сміху [3, с. 101-111].

Таким чином, **актуальність теми** зумовлена ігноруванням сучасною людиною принципів, законів фізіології та філософії сміху, що спричиняє появу в соціумі деструктивно-хворобливих тенденцій та концепцій (песимізму, нігілізму, параної, суїциду тощо). **Мета** статті – визначити функції інтелектуально-естетичного сміху в процесі усвідомлення людиною сенсу життя і особистого щастя; проілюструвати модули смішного і комічного методом сміхоаналізу комічного міні-тексту (афористичних тез-сентенцій).

Сміхова культура як глибинний пласт загальнолюдської презентує творців Сміху як доброзичливих людей котрі, *наче послані на землю, щоб звеселяти інших* (за І. Нечуєм-Левицьким). На глибоке переконання філософів, психологів, соціологів, лінгвістів та науковців інших сфер, *здорове почуття гумору та щирий сміх* щодо прикостей земного буття є найбільш ефективними методами переборення стресових, кризових ситуацій, нейтралізації болісних афектів та створення нашого *щастя*. Зокрема І. Кант, А. Шопенгауер, Дж. Сьолі, Г. Спенсер, А. Бергсон, О. Лук, А. Джексон та ін. констатують, що *сміх*, незважаючи на свою другорядність щодо відчуття щастя, *торує шлях до щастя*.

Численні експерименти встановлюють факт виділення у результаті *сміхової реакції* в людському організмі *ендорфінів*, які й зумовлюють *стан ейфорії*. Парадоксально, але сміх визнають найкращими ліками жителі різних континентів 3000 років поспіль! **Сміх – вічний цілитель**, власне, людина як єдиний володар цього феномену повинна усвідомити істину: «Те, що ви знаходите у житті, залежить від того, що ви шукаєте в ньому. Якщо ви шукаєте магію, ваше життя буде магічним, якщо ви шукаєте страждання, ваше життя буде сповнене страждань, але якщо ви шукаєте сміху, ваше життя буде веселим і здоровим» [4, с. 86-88]. Таким чином, *магія сміху* полягає у налаштуванні психіки на мажорний лад, що є чинником виникнення веселого настрою та стану радісної душі і щасливого духу.

Досліджуючи окреслену проблему, ми акцентували увагу на народній концепції «щастя» та «безсмертя»: безсмертний той, хто є носієм та глашатаєм загальнолюдських ідеалів *Добра, Істини, Краси*. У народному світогляді національні герої уособлюють усі позитивні ментальні риси, зокрема й унікальне українське почуття гумору, що здавна волелюбною енергетикою викликало почуття подиву, захоплення та страху у ворогів-поневолювачів. Загальновідомо, що життя славетних особистостей гідне наслідування, оскільки насичене енергією Безсмертя. В. Татенко, визначаючи онтогенетичні визначення *вчинку*, стверджує: «Життя і подальший розвиток нових поколінь може живитися лише вчинковою енергією своїх попередників, їхньою вчинковою спрямованістю на подолання прірви між буттям і небуттям», «через вчинок до безсмертя» [11, с. 439].

Результати сміхоаналізу генезису життя і творчості славетних *коміків та дотепників* – Ч. Чапліна, В. Гюго, Дж. Крюса, О. Уайльда, Т. Шевченка, І. Нечуя-Левицького, А. Радивилівського, М. Йогансена, Остапа Вишні, О. Ковіньки, Ю. Вухналя, В. Чечвянського, Ю. Гедзя, І. Сенченка, Ю. Тимошенка, Ю. Березіна, П. Глазового, Є. Дударя та інших – дають підстави стверджувати, що усі вони мають веселу, радісну вдачу. Мабуть, таїна дотепного Слова стає більш зрозумілою, якщо зважити на ті оригінальні якості, що притаманні цим щасливим людям: інтерес, потреба, здібність і уміння цілеспрямовано наслідувати постулату Біблії: *веселе серце благотворне, як цілительство, а похмурий дух сушить кістки*. Найсумніший парадокс у тому, що їхнє «Я» найбільш страждало з приводу дисгармонійності людського роду. Ці блискучі дотепники приречені завжди бачити в амальгамі дзеркала своєї епохи абсурдно-криваві пороки та недолугість їхніх носіїв, діяння яких спричиняють виникнення соціально та планетарно небезпечних катаклізмів. Такого роду духовний апокаліпсис викликає у геніїв Сміху тривогу та розпач, оскільки, обдаровані Вселенським Розумом комічним талантом, відчують постійну потребу *іскрометним сміхом* руйнувати, знищувати *світлове зло*, і натомість жартівливо-серйозно вибудовувати *Храм Добра* у мікроскомі кожного землянина. У наукових та мистецьких гелотологічних дискурсах субстанція *Сміху як Всесвітнє Благо* має такі складники: істина, справедливість, добро, краса, гармонія, музика, ритм, проникливість та оригінальність розуму, радість та щастя існування, безсмертя душі та воскресіння духовної сутності *Homo sapiens – Homo ridens*<sup>1</sup>.

Видатний філософ ХХ століття А. Бергсон риторично запитував у читача: *«Що означає сміх? Що приховують глибини смішного? Що спільного між гримасою блязня, грою слів, qui pro quo водевілю, сценою з витонченої комедії?»* [1, с. 14]. Відповіді на ці сакраментальні питання, які залишив нерозв'язаними Аристотель, український читач мав змогу знайти завдяки *перекладу* українською мовою (1994) фундаментальної праці А. Бергсона *«Сміх»* – своєрідного вступу до його філософії *«Матерія та пам'ять»*, *«Творча еволюція»*. Через 54 роки після виходу у світ оригіналу книги український перекладач *Євгенія Єременко* *«запросила чужий розум у дім своєї мови»*. *«Розум, дух, дотепність – наближеність цих трьох понять вимагає у перекладача, – зазначає автор вступного слова до видання «Сміху» К. Сігов, – значних зусиль, в той час як у оригіналі їм відповідає одне слово – «esprit»* [1, с. 9]. Свого часу саме ця обставина, тобто неточний переклад, дала підстави опонентам А. Бергсона визначити його філософію як *«спіритуалізм»*. Тому погоджуємось із висновком, що *«гарний переклад надає класику висловитися ще раз»* [1]. Праці А. Бергсона, лауреата Нобелівської премії з літератури (1927), викликають інтерес у гелотологів та у широкого кола читачів, що свідчить про важливе місце сміху в системі загальнолюдських цінностей. В іронічному дискурсі О. Уайльда дотепно зіставляються інші генези вищезазначених понять: *«Наші бабусі фарбувалися для того, щоб здобути славу дотепних і блискучих співбесідниць: у ті часи «rouge»<sup>2</sup> і «esprit» вважалися нерозлучними. Сьогодні не так. Якщо жінці вдалося зробити так, що виглядає на десять років молодшою, ніж дочка, вона цим цілком задоволена. А дотепної бесіди від них не чекай»* [12, с. 43].

*«Що означає втрата сміху?»* – це сакраментальне питання висвітлюється у художніх світах Дж. Крюса та В. Гюго. Стверджуємо, що яскравими моделями нещасливих людей, які з різних причин втратили справжній сміх, є головні герої *«Проданого сміху»* та *«Людини, яка сміється»*.

Зокрема, Тім стає *«агеластом»*, продавши дияволу свій *«іскристий, загартований, як діамант, сміх-дзвіночок із кумедним «ік!»* [7, с. 193]. Самотній хлопчик у комічному статусі *«бідного багатія»* з *«маскою холоднокривності»* на обличчі втратив прихильність друзів та відчуття радості. Подібні оксиморони цікаві в літературі, а не у реальному житті, тому досвід несміяння привів Тіма Талера до пристрасного бажання: *«Teach me Laughing, save my soul»<sup>3</sup>*. У довгождану мить (повернення свого давнього сміху) герой відчув осяяння духу і збагнув сокровенну таємницю, що *сміх – це щастя, і він вдруге народжувався як людина на світ* [7, с. 193-194]. Джеймс Крюс приводить читача до глобальних узагальнень: *втрата сміху, сакрального-магічного дару, автоматично позбавляє людину найціннішого начала – внутрішньої волі до життя*.

Трагізм долі Гуїнплена у тому, що хірург-варвар свавільно *«навчив його сміятися вічно»*. Маючи шире серце, духовно багатий власник *«маски вічного сміху»* мріяв сміятися по-справжньому, тобто з виявом усієї гами внутрішніх почуттів на обличчі. Тракткування В. Гюго цієї проблеми спрямоване у витоки генезису сміху: *солярні духовні потенції особистості Гуїнплена все ж таки уможливають сакральне перетворення жахливої «Maska ridens»<sup>4</sup> на «сонце сміху», оскільки «сміх благородного походження, як і знання»* [2, с. 334, 362].

Таким чином, джерелами інтелектуально-емоційних, морально-естетичних потенцій *сміху-щастя* є дотепні думки фольклору, літератури, естради; філософські сентенції, життя славнозвісних людей. Наприклад, в особі дотепного і приємно дошкульного француза Франсуа де Ларошфуко *крилате слово* зафіксувало геніальну індивідуальність. Афоризми, звичайно, існували і до Ларошфуко, проте, на думку П. Таранова, *«...афоризм як факт, як велике «дещо», і як дійсно «Те, що» виник тільки у Ларошфуко»* [10, с. 375]. Л. Толстой зазначив те, що у книзі є всього одна єдина думка, що *себелюбство* є головним рушієм людських вчинків, проте ця думка презентується із стількох різних боків, що вона завжди нова і вражаюча, *«від часів Відродження ніхто, окрім Ларошфуко, не зробив цього»* [10, с. 376]. Безсумнівно, цікаво почути думку самого генія афоризму Ларошфуко: *«Таланти, якими Бог обдарував людей, так само розмаїті, як дерева... З цієї причини створювати афоризми, якщо не маєш до цього заняття хоч невеликого таланту, не менш сміхотворно, ніж сподіватися, що на грядці, де посаджена цибуля, виростуть тюльпани»* [8, с. 339]. Ларошфуко зізнавався, що жартує і сміється він дуже рідко, проте це не означає, що він не цінує *жарт, або витончений дотеп*, які відрізняють людей з *живим і блискучим розумом* [8, с. 277].

<sup>1</sup> Homo sapiens – Homo ridens – лат. – Людина розумна – Людина, яка сміється.

<sup>2</sup> Rouge – англ. – рум'яна.

<sup>3</sup> Teach me Laughing, save my soul – англ. – Навчи мене сміятися, порятуй мою душу.

<sup>4</sup> Maska ridens – лат. – маска сміху.

Незважаючи на те, що усі люблять афоризми, про їхню сутність говорять не часто, «не дуже піддаються вони дослідницькому аналізу» [10, с. 375]. Букви і звуки, констатує П. Таранов, роблять наше сприйняття візерунковим; афоризми з'являються у момент, коли *наш досвід і знання* проходять через ці візерунки сприйняття і демонструють *злиття*, проте за мистецьки задуманим *рецептом іншої людини*. Пропонуємо зробити *дослідницький аналіз – сміхоаналіз – тез-сентенцій* з метою пройти через «візерунки» свого сприйняття за стратегією і тактикою видатних мудреців-дотепників. У дослідженні «Універсальність гелотологічного методу в педагогічному дискурсі» ми пропонуємо вживати термін *сміхоаналіз* у двох значеннях. Зокрема акцент уваги було зміщено на сміховому аналізі структурних компонентів моделі «Я» – соціум» [6]. Предметом цього опусу є *сміхоаналіз комічного міні-тексту*. Сміховий аналіз є і своєрідним тренінгом для розвитку дотепності та гумору; передбачає етапи *розпізнавання* (встановлення подібності того, що сприймається з тим, що вже пізнано) і *розуміння* (встановлення нового, виявлення його смислу). Принципом художнього сприймання є *десимволізація*, важелями якої є фантазія та уява. Сміхологеми «гумор», «усмішка», «посмішка», «сміх», «насмійка», «сатира», «жарт», «весела вдача», «іронія», «дотепність» асоціюються з міфологемами, філософськими, психологічними, логічними категоріями. Їхня дифузія знаходить формальне вираження у синкретичному колі смислів: *від сміхологеми до філософемі*. Вістря сміхоаналізу тексту пропонуємо визначити таку цільову інтелектуально-емоційну установку: *почути «голос предків» (та їхній «прадавній сміх»), «голос сучасників» (та актуальний сміх) у своєму естві, розпізнати мудрість багатолікого Сміху*.

Основними критеріями «гарного тексту» (за Г. Леммерманом) є: об'єктивність; ясність; образність; цілеспрямованість; концентрація уваги; різноманітне змістове наповнення; лаконізм; гумор і його різновиди (дотеп, іронія). *Комічний міні-текст* відповідає цим критеріям, зокрема, наступні *афористичні тези-сентенції* можуть бути і предметом сміхоаналізу, сміхотерапії, ораторської промови, філософської бесіди, публічного виступу. Сміхоаналіз проілюстровано матеріалами із значної кількості літературних, філософських та енциклопедичних джерел [5; 9].

**Українці** обдаровані незрівняним **гумором** (Белінський). Гострі алмази мудрого і злого **гумору** виблискують у самому характері нашого мирного, вільнолюбного **народу**. **Жарт**, **гострий сміх** або **несамовитий регіт** не раз **убивали ворога** наповал (Льченко). **Гумор** – це зрештою **розум** (Ренар). **Гумор** – це **рятувальний круг** на хвилях **життя** (Раабе). **Гумор** – ось той **завойовник**, який завжди найсміливіше, найдерзновенніше за інших приходив у сферу воістину **людського** (Манн). **Гумор** – це **серйозність**, яка приховується за **жартом** (Вейс). **Гумор** – це **талант** мимовільно приходив у **приємний стан духу** (Кант). **Гумор і поезія** – це **золоті ворота до чесного, благородного, прекрасного** (Шопенгауер). **Справжній секрет щастя** – у **пошукові краси** (Уайльд). **Гумор** – найкоротша стежка до **серця людини**. Тому що **пісня і гумор** – **найживучіші елементи в генетичному коді нації** (Дудар). З **посміху** **люди** бувають! **Дотепні думки** житимуть **віки!** (українська мудрість). **Жарт** є послаблення напруги, оскільки він **відпочинок** (Аристотель). **Жарт** більш вдало і краще **визначає важливі речі**, ніж серйозне і глибоке вивчення (Гораций). **Невміння жарт розуміти** – риса **дурня** (Закані). **Іронія** – то блискавка **ума**, котра освітить всі глибини **смислу** (Костенко). **Іронія** – вічний **супутник** нашого віку, котрий змушує нас дивитися на самих себе в **збільшуваче дзеркало** й **говорити, писати та думати** за Цезаря, Сократа і всіх інших, котрих робить рівними **смерть і вічність** (Мушкетер). **Життя** – це і **усмішка**, і **сльози** ці солоні // І **кров**, і **барикади**, і **музика Бізе** (Костенко). Яке це **диво людська усмішка**... З усього живого тільки **людині** природа дала цей **дар – сміятися** (Гончар). **Сміх** – це **здоров'я** (українська мудрість). **Людина** відрізняється від інших створінь **здатністю сміятися** (Аддісон). **Сміх** – це фізіологія **розуму** (Гонкур). **Ловіть контрасти** – і буде **сміх!** (Остан Вишня). **Думаю, отже, сміюся** (Полос). **Смійся**, і я скажу тобі, **хто ти є** (Ларні). Ні в чому не пізнається так **характер людини**, як в тім, **над чим вона сміється** (Гете). У **людях смішні** не стільки ті **якості**, якими вони володіють, скільки ті, на які вони **претендують** (Ларошфуко). **Сміх** – це **сонце**: воно проганяє зиму з людського обличчя (Гюго). **Сміх** – **геній спілкування** (Карасев). Якщо ти **усміхнешся світові**, він відповість **посмішкою** (Райніс). **Весела вдача** – **ясна погода душі** (Смайльс). Хто **сміється**, той все **пробачає** (Жуковський). Не можна по-справжньому **полюбити людину**, з **якою ніколи не смієшся** (Реп-плаєр). **Сміх** – це теж **меч** в руках людства **проти тиранії** (Капра). Та Аглая, котрої надземна **краса** // **Звеселяє** людей і самі небеса... // Та **ідких її слів і шпаркого ума** // **Всі боялися**, навіть **цариця сама** (Франко). Якщо **сила сміху** настільки **велика**, що її **боятися**, значить, її не варто витрачати даремно (Гоголь). **Найвеселіший сміх** – це **сміятися над тими, хто сміється над тобою** (Ключевський). Скажи мені, **над чим сміється народ**, і я скажу тобі, **за що він готовий пролити кров** (Леу). Навчитися **законам життя** – значить отримати цілий ряд **принижень**. Єдиний вихід – **сміятися над собою** разом із роззявами (Шоу). На старих фотографіях всі **молоді** // На старих фотографіях **мертві сміються** (Костенко). У **веселий час** і **смерть не страшна** (українська мудрість). За миттю **миль** – і **життя** промчить. Нехай **веселощами** ця мить **засяє** (Хайям). У **дім, де сміються**, **приходить щастя** (японське прислів'я).

У висновках *сміхоаналізу* афористичних тез-сентенцій унаочнюється підсумок висловленого як результат інтерпретації та саморефлексії структурних компонентів: *безсмертя* – це щасливе славне життя; *шляхами* до щастя і у безсмертя є самопізнання, самореалізація згідно із законами Гармонії, збереження та оновлення традицій; *безсмертна Душа* – радісна та сонячна; *воскресіння Духу* – це прагнення нащадків наслідувати вчинок прекрасного Сміху Добротворця, тобто благоносний шлях життєрадісної, оптимістичної Людини. *Самоіронія і сміхотворення* є ознаками вищого ступеня досконалості та гармонійної сутності Мудреця. Можливо, сенс людського існування висловлено в індійській мудрості: *Коли ти з'явився на світ, ти плакав, а навколо тебе всі раділи; зроби так, щоб, коли ти будеш залишати світ, всі плакали, а ти один посміхався*.

Не можемо не погодитися з міркуваннями А. Шопенгауера про сутність людини: «Зумовлена здоров'ям і щасливою організацією, спокійна та весела вдача, ясний, живий, проникливий розум, що правильно схоплює, помірна воля, що дає чисту совість, – ось ті переваги, які не здатний замінити ніякий ранг, ніяке багатство» [13, с. 194]. Симптоматично, що феномен сміхової культури особистості зумовлений інтегративною сутністю, оскільки



морально-етична, естетична, фізіологічна, логічна, психологічна, філософська, аксіологічна, гелотологічна категорія «сміх» синкретизується у асоціативно-емоційному полі з метакатегорією «щастя». Цілком очевидно, що ядром цього поля є «життя», а отже, *Людина*.

Таким чином, ланцюжок філософем *сміх – Людина – щастя* заповнює увесь простір філософської думки в аспекті проблеми формування національної та загальнолюдської структури цінностей та функціонального простору ментальності. Перспективу досліджень бачимо у розробці методики «салонної бесіди», об'єктом якої є відтворююча і продуктивна дотепність співучасників-сміхотворців.

#### Література:

1. Бергсон А. Сміх. Нарис про значення комічного / А. Бергсон. – Львів : Д. Л., 1994. – 169 с.
2. Гюго В. Человек, который смеется / В. Гюго. – Кишинев : Советикэ, 1954. – 725 с.
3. Джексон А. Десять секретов Счастья / пер. с англ. / А. Джексон. – К. : София, 2002. – 160 с.
4. Джексон А. Десять секретов Здоровья / пер. с англ. / А. Джексон. – К. : София, 2002. – 144 с.
5. Душенко К. Большая книга афоризмов / изд. 7-е исправленное / К. Душенко. – М. : Изд-во Эксмо, 2003. – 1056 с.
6. Коваль Т. Універсальність гелотологічного методу в педагогічному дискурсі / Т. Коваль // Наукові записки. Серія «Філологічна». – Острог: Видавництво Національного університету «Острозька академія». Вип. 19. – 2011. – С. 39-47.
7. Крюс Дж. Тім Талер, або Проданий сміх. Роман / для середн. шкіль. віку / переклад з німецької Ю. А. Лесняка / Дж. Крюс. – К. : Веселка, 1979. – 205 с.
8. Ларошфуко Ф. Мемуары. Максимумы и моральне размышления: сборник / пер. с фр. ; худ. обл. М. В. Драко / Ф. Ларошфуко. – Минск : ООО Попурри, 1999. – 416 с.
9. Остроумие мира: Энциклопедия / автор-сост. В. Артемов. – М: ОЛМА-ПРЕСС, 2002. – 398 с.
10. Таранов П. Энциклопедия высокого ума / П. Таранов. – М. : ООО «Фирма «Издательство АСТ», 2000. – 592 с., ил. – (Звезды мировой философии).
11. Татенко В. Онтогенетичні визначення вчинку / В. Татенко // Основи психології: підручник / за заг. ред. О. В. Киричука, В. А. Роменця. – 4-те вид., стереотип. – К. : Либідь, 1999. – С. 424-444.
12. Шопенгауэр А. Избранные произведения / сост., авт. вступ. ст. и примеч. И. С. Нарский. / А. Шопенгауэр. – М. : Просвещение, 1992. – 479 с.

**Козолуп М. С.,**

Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів

## РЕАЛІЗАЦІЯ ПРОСТОРОВОЇ РЕФЕРЕНЦІЇ У ТЕКСТАХ ІНТЕРНЕТ НОВИН З ДОПОМОГОЮ ЗАСОБІВ НЕВЕРБАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

*Статтю присвячено вивченню особливостей використання невербальних компонентів комунікації (НВК) у англомовних текстах Інтернет новин. Виявлено та проаналізовано НВК, які допомагають реалізувати функцію просторових відношень.*

**Ключові слова:** вербальна комунікація, невербальна комунікація, гіпертекст, Інтернет новини, просторова референція.

*Статья посвящена изучению особенностей использования невербальных компонентов коммуникации (НВК) в англоязычных текстах Интернет новостей. Рассмотрены и проанализированы НВК содействующие реализации пространственных отношений.*

**Ключевые слова:** вербальная коммуникация, невербальная коммуникация, гипертекст, Интернет новости, пространственная референция.

*The article regards the specific use of non verbal elements of communication in English web news texts. Non verbal elements of communication responsible for realization of local references have been identified and analysed.*

**Key words:** verbal communication, non verbal communication, hypertext, Internet news, local reference.

Розширення сфери лінгвістичних досліджень у цілісній системі комунікативних студій, яке ми можемо сьогодні спостерігати, є результатом усвідомлення існування кореляцій між мовою, мовними продуктами та системами знань і картинами світу. Із введенням у лінгвістичний термінологічний апарат поняття «дискурсу» як складного комунікативного явища, «яке включає в себе соціальний контекст, що дає уявлення як про учасників комунікації (та їх характеристики), так і про процеси продукування та сприйняття повідомлення» [3, с. 113], з'являється необхідність залучати до аналізу різноманітні комунікативні явища для створення цілісної уяви про систему людського спілкування [12, с. 147].

Здійснюючи обмін інформацією із іншими людьми та довколишнім середовищем, людина використовує усі наявні у неї канали [9, с. 302]. Поряд із вербальними засобами комунікації, які донедавна були єдиним об'єктом дослідження традиційної лінгвістики, важливу роль у спілкуванні відіграють так звані невербальні засоби. Значний внесок у дослідження власне невербальних засобів комунікації було зроблено низкою вітчизняних та зарубіжних учених (Рей Бердвістел [14], Джон Лайонз [16], Едвард Холл [15], Геннадій Колшанський [6], Григорій Крейдлін [7], Ілля Горелов [2], Ніна Мечковська [8] та ін). Попри певні неузгодженості щодо термінології, класифікації та оцінювання ролі НВК [невербальних компонентів комунікації] у процесі спілкування, учені сходяться на думці, що комунікацію доцільно розглядати як єдине за природою системне утворення, функціонування якого передбачає збалансоване використання як вербально, так і невербально означених комунікативних компонентів [12, с. 153].

Дослідження невербальних компонентів комунікації відкривають перспективи їх більш ефективного використання для створення прагматично успішних дискурсів передусім з допомогою засобів масового впливу таких як преса, радіо, телебачення, Інтернет; тим більше, що технічні можливості сучасних ЗМІ дозволяють використання різноманітних способів презентації та каналів передачі інформації, наприклад звуку, відеоряду, фотографій, схем, карт тощо. «Текст обростає новими можливостями, і якщо раніше він був лише фіксацією на папері слова, яке звучить, то зараз це і слово, яке звучить, і зорове зображення, і, звичайно, графіка» [5, с. 3].

**Метою** даної праці є розгляд тих форм НВК, які використовуються у інформаційних повідомленнях на веб сторінках інформаційних агентств в мережі Інтернет та, зокрема, вивчення їх ролі у формуванні просторового каркасу текстів новин. **Об'єктом аналізу** даного дослідження стала добірка із 60 веб сторінок із інформаційними повідомленнями на веб сайтах британської корпорації ВВС, Інтернет порталу Yahoo News та американської компанії CNN. Значна частина НВК, які можна спостерігати на сторінках Інтернет новин несуть складне функціональне навантаження, однак, ми розглядали лише їхню роль у забезпеченні орієнтації реципієнта щодо місця події, висвітленої у тексті новин на конкретній веб сторінці, а також місцезнаходження та можливості доступу до текстів у веб просторі.

**Аналіз джерел.** До невербальних компонентів комунікації відносять будь-які знаки немовного характеру, що є інформаційно релевантними під час комунікативного акту. «Мовлення – основний, але не єдиний спосіб спілкування. Люди обмінюються інформацією за допомогою багатьох інших засобів – жестів, міміки, постав тіла, одягу, зачісок, запахів, навіть предметів, які їх оточують» [1, с. 58]. Існує велика кількість класифікацій НВК за різноманітними принципами та ознаками, однак обсяг даної роботи не передбачає їх детального розгляду. Значна кількість класифікацій базуються на фізичній природі знака або ж за каналом сенсорного сприйняття його людиною. Так, наприклад, Ф. С. Бацевич пропонує поділ невербальних компонентів спілкування на 5 типів: а) акустичні, б) оптичні, в) тактильно-кінестетичні, г) ольфакторні, та д) темпоральні (час, що є значущим для спілкування: очікування, паузи тощо) [1, с. 60].

За своєю фізичною природою та технічними можливостями інформаційні Інтернет повідомлення можуть по-слуговуватися лише оптичними та звуковими знаками і кодами. На думку дослідниці медіа текстів Т. Добросклонської «більшості текстів новин у Інтернеті властиві форматні ознаки, характерні для друкованих інформаційних текстів» [4, с. 79], отже, логічно, що й НВК, які використовуються для підсилення або підтвердження вербальної

інформації повинні мати візуальний або графічний характер. До таких компонентів комунікації відносимо фотографії, географічні карти, графіки, схеми, таблиці, малюнки, а також шрифти, підкреслення, виділення кольором, розміром, капіталізацію вербальних фрагментів тексту тощо [11, с. 624]. Усі ці засоби активно використовуються творцями інформаційних Інтернет сторінок і несуть відповідне смислове навантаження, на яке читач може усвідомлено або не усвідомлено реагувати. Загалом частка інформації, що досягає адресата саме через візуальний канал на веб сторінках із новинами, достатньо значна, щоб окремо розглянути роль та функції візуальних засобів у цьому типі текстів. На думку дослідниці А. Р. Усманової «... зображення ... представляє собою більш складний та багаторівневий феномен, ніж знак лінгвістичний. Водночас не варто розглядати зображення і вербальний знак як антитетичні поняття: вони співіснують у семіотичному континуумі...» [13, с. 293].

**Результати дослідження.** Засоби просторової референції можна розділити на дві категорії, віднісши до першої групи засоби, які несуть інформацію про географічну локалізацію подій, висвітлених у повідомленні (регіон, місто, адреса тощо), а до другої – засоби, які допомагають здійснювати певні маніпуляції із текстами та іншими інформаційними ресурсами у веб просторі з допомогою гіпертексту.

**Географічна локалізація** подій реалізується з допомогою як вербальних, так і невербальних компонентів. Серед невербальних засобів слід відзначити наступні:

*Капіталізація усіх літер слів-топонімів:* такий прийом застосовується зокрема на сторінках інформаційних повідомлень Інтернет порталу Yahoo News. Форматною ознакою їхніх текстів новин є те, що основна частина кожного повідомлення починається із назви міста (усі літери слова – великі), де відбулася подія. Наприклад: «*FORT COLLINS, Colo. (AP) – Hundreds of firefighters worked Thursday to combat a growing blaze that was scorching terrain around a scenic canyon in northern Colorado.*» Такий прийом є водночас простим і лаконічним, він привертає увагу і позбавляє необхідності розширеного опису місця події.

*Фотографії та відео сюжети.* Фотографії властива певна документальність, вона підтверджує та ілюструє інформацію повідомлення, додаючи елементу емоційності, іноді навіть сенсаційності зазвичай нейтральному за стилем тексту. Хоча визначення місця події не є основним завданням фотографій та відео сюжетів, з їх допомогою адресат може «впізнавати» певні регіони за характерними рисами ландшафту, відомими архітектурними спорудами, елементами одягу людей тощо. Таким чином, зображення ніби засвідчує достовірність інформації повідомлення, сприяє формуванню більш повної ментальної картини подій, в тому числі і уявлення про їх місце у свідомості адресата.

*Карти та знімки місцевості із космосу* можна часто зустріти на веб сторінках із новинами, особливо політичними. На відміну від фотографій, ці засоби візуалізації позбавлені емоційного забарвлення; їх мета – зорієнтувати читача щодо місцезнаходження епіцентру подій, описаних у новинах. Карти на веб сторінках новин відрізняються від звичайних географічних мап тим, що на них зображено лише ті топографічні знаки та відзначено лише ті населені пункти, які є релевантними до змісту повідомлення. Іноді для підсилення експресії та доповнення образу у свідомості адресата на карти або сателітарні знімки накладають фотографії сцен подій, які відбулися у тому чи іншому населеному пункті. Такі зображення несуть як інформаційне, так і емоційне навантаження.

Тепер звернемося до невербальних засобів, з допомогою яких користувач Інтернету може ефективно орієнтуватися, знаходити та переміщувати інформацію у **віртуальному просторі** на веб сайтах новин. Це, передусім, *елементи веб дизайну* або *архітектоніки* сайтів інформаційних агентств, зокрема їх послідовність, розмір, яскравість, площа екранного простору, яку вони займають, тощо. «Більш чи менш ефективне сприйняття електронних гіпертекстів залежить від мовного оформлення та дизайну веб-сторінки». [10, с. 359]. Архітектоніка сайтів Інтернет новин, розглянутих у цьому дослідженні має багато спільного. Викладка новин на домашній сторінці здійснюється за трьома основними принципами:

– тематичним – типові рубрики: Business, Sport, Entertainment, Travel, Technology, Science, Environment, Health;  
– географічним – це, передусім, стосується політичних новин. Перелік регіонів подається у верхній частині сторінки, відразу під логотипом інформаційного агентства. Веб сайт BBC News також пропонує можливість пошуку новин у регіонах з допомогою інтерактивної карти – це зображення контурів континентів нашої планети, розділене на частини, – наводячи курсор на ту чи іншу частину карти, користувач може перейти на сторінку присвячену регіону, який його цікавить;

– рейтинговим – читачам пропонуються колонки «Hot Topics» (CNN) чи «Most Popular» (BBC) з переліком найбільш цікавих тем даного часу. Крім того, на домашній сторінці розміщено фотознімки, що ілюструють події найактуальніших новин. При цьому розмір зображення прямо пропорційний популярності тої чи іншої новини. Актуальність події також можна визначити за розміщенням заголовка повідомлення за принципом згори донизу.

Ще один спосіб пошуку потрібної інформації на веб сайтах новин – вікно *news search*, у якому користувач може через ключові слова перейти до повідомлень, які його цікавлять.

Читаючи текст того чи іншого повідомлення, адресат може скористатися гіперпосиланнями, які мають універсальне для всієї Всесвітньої Павутини позначення – виділення окремих слів чи фраз кольором з підкресленням. Прочитати інші репортажі про ту ж подію можна за допомогою рубрик «More on the Topic» (BBC), «We Recommend» (CNN), «Explore Related Content» (Yahoo News) тощо, які можна знайти під основним текстом внизу сторінки.

Сучасні комунікаційні технології дозволяють користувачеві не лише пасивно сприймати інформацію, але й здійснювати з нею певні маніпуляції – ділитися з друзями у соціальних мережах, надсилати електронною поштою, зберігати у комп'ютері чи друкувати. Про можливість здійснення таких операцій користувачеві повідомляють іконічні знаки «друк», «електронна пошта» або символи соціальних мереж таких як «twitter», «facebook» та інші.

**Висновки.** Здійснений аналіз веб сторінок з новинами та домашніх сторінок інформаційних веб сайтів BBC News, CNN, та Yahoo News показав велику кількість різноманітних засобів невербальної комунікації, які допо-

магають реалізувати функцію просторової референції. Серед них: графічні НВК: виділення кольором, розміром шрифту, розміщення елементів вербального тексту, підкреслення, капіталізація тощо; візуальні та аудіо-візуальні НВК: карти, малюнки, фотографії, відео, та їх складні комбінації; іконічні символи: символіка різних соціальних мереж, знаки «друк», «електронна пошта» та ін.; архітектоніка веб сторінок: відповідне розташування усіх складових поліморфного тексту на екрані з врахуванням площі екранного простору, яку займає кожен з елементів.

Значна частина НВК поєднує декілька функцій, зокрема, несучи інформаційне та емоційне навантаження (фото, малюнки, відео). Група невербальних компонентів, що забезпечують переміщення користувача у інформаційному просторі Інтернету, виконує лише одну функцію – просторової референції (у віртуальному просторі) і представлена загальновідомими знаками, знайомими не лише читачам Інтернет новин, але усім користувачам Всесвітньої Мережі. Дизайн веб сайтів різних інформаційних компаній відрізняє їх серед інших, однак основні підходи до розміщення елементів архітектоніки веб сторінки залишаються незмінними, адже в їх основі лежать базові принципи систематизації та правильного подання інформації з привертанням уваги до найбільш важливих подій, завдяки чому реалізується комунікативна мета повідомлення та авторська (редакторська) прагматика.

В процесі дослідження було також виявлено, що НВК виконують переважно допоміжну роль у реалізації просторової референції у текстах Інтернет новин – просторові (географічні) відношення як правило експлікуються у вербальному тексті. З іншого боку, засоби віртуальної просторової або гіпертекстової референції: гіперпосилання та інша Інтернет символіка носить переважно невербальний характер.

Враховуючи динаміку розвитку інформаційних і комунікаційних технологій та появи можливостей здійснення впливу на масову аудиторію через все більше число сенсорних каналів, вивчення саме невербальних засобів реалізації різних прагматичних установок у поліморфних комунікативних продуктах залишається сьогодні особливо актуальним та надає широкий простір для подальших лінгвістичних та різноманітних інтердисциплінарних досліджень.

#### Література:

1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики / Ф. С. Бацевич. – К. : Видавничий центр «Академія», 2004. – 344 с.
2. Горелов И. И. Невербальные компоненты коммуникации / И. И. Горелов. – М. : Наука, 1980. – 104 с.
3. Дейк Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация. – М. : Прогресс, 1989. – 312 с.
4. Добросклонская Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов / Т. Г. Добросклонская. – М. : Едиториал УРСС, 2005. – 288 с.
5. Засурский Я. Н. Медиатекст в современных СМИ / Я. Н. Засурский // Вестник МГУ. Сер. 10. Журналистика. – М. : МГУ. – 2005. – №2. – С. 3-15.
6. Колшанский Г. В. Паралингвистика / Г. В. Колшанский. – М. : Наука, 1974. – 79 с.
7. Крейдлин Г. Е. Невербальная семиотика. Язык тела и естественный язык / Г. Е. Крейдлин. М. : Новое литературное обозрение, 2002. – 592 с.
8. Мечковская Н. Б. Семиотика: Язык. Природа. Культура: Курс лекций: учеб. пособие для студ. филол., лингв. И переводовед. фак. высш. учеб. заведений / Н. Б. Мечковская. – 2-е изд., испр. М. : Издательский центр «Академия», 2007. – 432 с.
9. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации / Г. Г. Почепцов. – М. : «Рефл-бук», К. : «Ваклер», 2001. – 656 с.
10. Саенко А. Н. Содержательно-стилистические особенности информационных текстов в Интернете // Научные записки Луганского национального педагогического университета. Вып. 5. Т. 1. Серия «Филологические науки»: Сб. научн. трудов. – Луганск : «Альма-матер», 2004. – с. 350–360.
11. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: напрямки та проблеми: Підручник / О. О. Селіванова. – Полтава : Довкілля-К, 2008. – 712 с.
12. Солошук Л. В. Невербальні складові англомовного дискурсу / Л. В. Солошук // Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен / Під загальн. ред. Шевченко І. С.: Монографія. – Харків : Константа, 2005. – 356 с.
13. Усманова А. Р. Код / А. Р. Усманова // Постмодернизм. Энциклопедия [под ред. Грицанова А. А., Можейко М. А.] – Минск : Интерпрессервис: Книжный дом, 2001. – С. 289-293.
14. Birdwistell R. L. Kinetics and Context: Essays on Body Motion Communication / R. L. Birdwistell. – Philadelphia : University of Pennsylvania Press, 1970. – 352 p.
15. Hall, Edward T. The silent language / Edward T. Hall. Oxford, England : Anchor, 1973, 217 p.
16. Lyons J. Semantics 1 / J. Lyons. – Cambridge : Cambridge University Press, 1996. – 375 p.

#### Джерела ілюстративного матеріалу:

1. BBC News – [електронний ресурс] – Режим доступу : [www.bbc.co.uk/news/](http://www.bbc.co.uk/news/)
2. CNN News – [електронний ресурс] – Режим доступу : <http://edition.cnn.com/>
3. Yahoo! News – [електронний ресурс] – Режим доступу : <http://news.yahoo.com/>

Козуб Л. С.,

Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ

## ГЕНДЕРНІ ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ПОЛІТИЧНОЇ МЕТАФОРИ У ДРУКОВАНИХ ЗАСОБАХ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ

*Стаття присвячена дослідженню гендерних особливостей вживання політичної метафори в американських друкованих засобах масової інформації і зумовлена спрямуванням сучасних лінгвістичних досліджень на поглиблене вивчення особливостей політичного дискурсу, реалізації політичної метафори в політичних і публіцистичних текстах, її структурних та типологічних характеристик, встановлення її гендерних ознак, виявлення особливостей використання політичної метафори як засобу мовленнєвого впливу на масову свідомість.*

**Ключові слова:** політичний дискурс, лінгвальні засоби, прагматичний потенціал, політична метафора, маніпулювання свідомістю.

*Статья посвящена исследованию гендерных особенностей употребления политической метафоры в американских печатных средствах массовой информации и обусловлена направлением современных лингвистических исследований на углубленное изучение особенностей политического дискурса, реализации политической метафоры в политических и публицистических текстах, ее структурных и типологических характеристик, установление ее гендерных признаков, выявление особенностей использования политической метафоры как средства речевого воздействия на массовое сознание.*

**Ключевые слова:** политический дискурс, лингвальные средства, прагматический потенциал, политическая метафора, манипулирование сознанием.

*The article deals with the study of gender peculiarities of political metaphor usage in American printed media. It is stipulated by the interest of modern linguistic investigations in the study of political discourse, the realization of political metaphor in political and publicistic texts, its structural and typological peculiarities as well as gender features. It studies the specificity of political metaphor usage to influence people's mind and to form their social opinion on some political events.*

**Key words:** political discourse, linguistic means, pragmatic potential, political metaphor, manipulation of consciousness.

На сьогодні аналіз багатьох досліджень свідчить про значне зацікавлення науковців особливостями політичного дискурсу, оскільки на сьогодні він є явищем досить складним і швидко змінним. Політичний дискурс все частіше використовується для впливу на масову свідомість та формування суспільних уявлень про політичні процеси, що відбуваються в усьому світі.

Різних аспектів політичного дискурсу торкалися у своїх працях вітчизняні та зарубіжні науковці. Його вивчали з погляду когнітивної лінгвістики (Х. П. Дацишин [3, с. 128], А. П. Мартинюк [5], Дж. Лакофф та М. Джонсон [10]), лінгвопрагматики (П. В. Нікітіна [6], М. Н. Клінцова [4, с. 76], М. Осборн [1], Т. Ван Дейк [9]), соціолінгвістики (О. С. Фоменко [7, с. 33]), лінгвістики тексту (Т. М. Ващук [2, с. 182], Дж. Вілсон [11]). Отже, на сьогодні лінгвістикою як наукою сформовано знання щодо особливостей політичного дискурсу, його основних елементів, структурних та прагматичних особливостей. Проте, **актуальним** залишається дослідження впливу соціальних факторів на особливості використання мовних засобів у сучасних мас-медійних текстах.

**Метою** дослідження є виявлення гендерних особливостей політичної метафори та її маніпулятивних характеристик шляхом встановлення особливостей впливу гендеру на вибір лінгвальних засобів для реалізації прагматичного спрямування текстів сучасних засобів масової інформації.

Одним із перших досліджень політичного дискурсу була праця американських лінгвістів Дж. Лакоффа та М. Джонсона «Метафори, якими ми живемо», в якій описувалися типологічні особливості політичної метафори та основні концептуальні моделі її творення [10, с. 163]. Ця праця стала підґрунтям для подальших досліджень когнітивістів у сфері політичного дискурсу та метафорики.

Пізніше подібні дослідження з'являлися на прикладі політичних текстів різних мов. Так, на матеріалі української мови таке дослідження зробила Х. П. Дацишин. Дослідниця розрізняє політичну метафору політиків і журналістів, та аналізує способи типологізації метафори. При цьому для дослідження політичної метафори автор використовує когнітивний метод аналізу метафоричних моделей [3, с. 3].

Виявленню особливостей сучасної політичної метафори на матеріалі внутрішньополітичного дискурсу США присвячене дослідження Є. С. Белова [12]. Науковець використовує когнітивний метод аналізу політичної метафори, визначаючи її семантичні поля та фрейми. Він також пояснює причини глобальної метафоризації політики загалом, вказуючи на те, що метафора перетворилася на один із найсильніших засобів інтерпретації політичних процесів та впливу на масову свідомість.

Велику увагу політичній метафорі у російському політичному дискурсі приділяє А. М. Чокою. За семантикою вона виділяє одинадцять найпоширеніших типів російської політичної метафори, яка сприяє кращому розумінню політичних, економічних, правових понять; привертає увагу до образів, які надовго зберігаються у пам'яті; впливає на асоціативне мислення, що дає змогу маніпулювати свідомістю людей [8, с. 7].

Одним із перших, хто почав вивчати засоби політичної маніпуляції був М. Осборн. Досліджуючи явище архетипної метафори, науковець зробив висновок про те, що такі метафори опираються на архетипи і є основою для розуміння людьми одне одного, а також політичного впливу і переконання аудиторії [1, с. 10].

Інтегральне дослідження специфіки та методів політичного впливу на свідомість людей було представлено у працях Т. Ван Дейка. Універсальність його досліджень полягає у тому, що він, на відміну від інших науковців, які розглядають лише один аспект маніпуляції, розуміє складність цього поняття і визначає його три невід'ємні ком-

поненти: соціальний, когнітивний та дискурсивний. Маніпуляцію можна розглядати і вивчати беручи до уваги всі ці компоненти у сукупності. Втрата будь-якого з них спричиняє розлад у системі впливу на свідомість [9, с. 359].

Аналіз існуючих соціолінгвістичних досліджень політичного дискурсу свідчить про те, що на сьогодні вони не є достатніми, оскільки не показують цілісної картини впливу лінгвістичних засобів на суспільне життя. Зважаючи на те, що політична метафора вважається одним із основних лінгвістичних засобів переконання аудиторії, а також перетворення суспільних реалій, доцільним є вивчення соціальної специфіки політичної метафори, її типології та гендерних особливостей, що допоможе глибше зрозуміти проходження політичних процесів у англоговірних країнах.

Матеріалом дослідження слугували газетні статті, опубліковані в *The New York Times* та промови американських політиків Б. Обама, Дж. МакКейна, Г. Клінтон та інших за період з 2008 по 2012 роки.

За впливом на масову свідомість політична метафора газетного дискурсу є засобом опосередкованої дії (політичне явище, висловлювання – висвітлення журналіста – сприйняття аудиторією), що робить її явищем досить складним. Крім того, складність використання політичної метафори у газетному дискурсі пояснюється обмеженістю тематики та її конотативного оформлення, чітко визначеною кількістю друківаних символів, а також орієнтацією на певну аудиторію. Проте, навіть за таких обмежень в останні роки простежується різке збільшення кількості метафор у мовленні журналістів під час висвітлення політичних подій.

Беручи за основу критерій новизни, дослідження показало, що і чоловіки і жінки-журналісти у своїх статтях часто використовують нові креативні метафори. Їх процентне співвідношення становить 63% до 37% у жінок і 60% до 40% у чоловіків. Так, у статтях жінок простежуються такі креативні політичні метафори: *land of space aliens on a warm desert night*, а *small dose of solace, hijacked... presidential campaign* тощо. Досить багато таких метафор використовують у газетних статтях і чоловіки-журналісти: *Internet-fueled rumors*; *Presidential flights may get preferential treatment in the skies.*; *while relations ... have been frosty...*

Використання традиційних метафор сприяє створенню певних стереотипних асоціацій в аудиторії, на яку спрямовані газетні публікації. Такі метафори частіше використовуються у статтях жінок-журналістів. Проте вони характерні для представників обох статей. Серед традиційних (конвенціональних) політичних метафор, що використовують жінки, простежуються наступні: *Mr. Wurzelbacher ... has so far been a man of few words.*; *The remark about baseball loyalties somewhat echoed a statement from the Democratic National Committee last week...*; *White House counsel, could also face conflicts related to the interests of former foreign clients...*; *to sow doubts into the minds of voters*. Чоловіки-журналісти часто використовують такі метафори: *The culmination of the day was a house party in Bettendorf...*; *His visit here also quickly spread by word-of-mouth.*; *... in the wake of the financial collapse; so we'll have our eye on this city tomorrow...*

Варто також звернути увагу на те, що жінки-журналісти частіше, ніж чоловіки, метафоризують лише одне слово, що робить метафору майже непомітною для читача. При цьому словесні метафори виконують часто дескриптивну функцію, тобто емоційно забарвлюють висловлювання, роблять його легшим для сприймання, наближаючи його до художнього тексту. Відсотковий показник фемінних словесних метафор становить 17%: *Joe... materialized this afternoon at the band stand in the town square of Sandusky.*; *The campaign stems from comments made by Mr. Warren...*; *So the administration said Friday that it was prepared to dip into that \$700 billion financial rescue fund to help General Motors and Chrysler make it through the year.*

Характерним для мовлення журналістів чоловічої статі є метафоризація цілого речення, що надає дискурсу прагматичного забарвлення. Досить часто речення у чоловіків-журналістів насичені кількома метафорами. Це створює певне образне навантаження та умови для включення асоціативного мислення реципієнтів. Читач, таким чином, сприймає не інформацію загалом, а ті образи, які продукують метафори. Про це свідчать наступні приклади:

– *The collapse of the McCain-Palin ticket was quickly followed by bitter recriminations, with some McCain aides questioning her competence and many political analysts saying that she was ultimately a drag on the ticket.*;

– *The sense of relief in the McCain campaign after Ms. Palin's debate was palpable, and Mr. McCain, who has been facing questions about her for weeks, seemed to even have a bit more spring in his step as he bounded up the stairs to his campaign plane earlier this morning in Denver.*;

*That skill will surely come in handy in her new role, where she will be in charge of the president's scheduling, overseeing the army of people who will work inside the White House to make every trip the president takes a reality.*

Для журналістів жіночої статі таке використання метафор не є характерним.

Морфологічний аналіз метафор, що використовуються у публіцистичному дискурсі показав, що представники обох статей найчастіше вживають іменникові метафори, рідше дієслівні. Найменш вживаними є прикметникові політичні метафори.

Через використання іменникових метафор відбувається перенесення характеристик одного предмета чи особи на інші, зовсім неподібні предмети чи особу. Серед фемінних іменникових метафор простежуються такі: *the classic political game*; *...heading out for a final seven-state sprint*; *maybe they're like comfort food for him*; *the spirit of the transition team's effort*; *out of the blue*. Маскулінні іменникові політичні метафори є менш численними порівняно з фемінними. Вони представлені наступними прикладами: *a sentimental sendoff*; *telephonic victim*; *four or five scenarios that might arise to challenge the new president...*

Щодо дієслівних метафор, то на думку більшості науковців, вони мають найвищий потенціал щодо впливу на масову свідомість і спонукання аудиторії до дій. Серед дієслівних політичних метафор, які використовують чоловіки-журналісти, є такі: *the presidency has been fueled*; *he is racing to seven states over the next 20 hours*; *but his strategy... has earned him a lot of headlines*.

Політичні метафори, основою для яких є прикметник, вважаються досить непомітними для реципієнта інформації, оскільки рідко викликають у нього певні асоціації. Саме це пояснює їх невелику кількість у публіцистичному дискурсі.

Викладене свідчить, що у мовленні журналістів існують певні гендерні відмінності щодо використання політичної метафори. При цьому у мовленні жінок простежується більше креативних метафор, ніж у чоловіків. Автори-жінки майже в однаковій кількості вживають іменникові та дієслівні метафори, а чоловіки надають перевагу іменниковим та прикметниковим метафорам. Щодо структурних відмінностей, то автори-чоловіки частіше метафоризують речення, а жінки – окремі лексичні одиниці. Мовлення жінок-журналістів є більш семантично варіативним і відповідно більше метафоризованим, ніж мовлення чоловіків. При цьому фемінні метафори є частіше дескриптивними. Аналіз метафор, що вживаються у публіцистичному дискурсі у прагматичній функції, показав, що жінки-журналісти частіше використовують метафору для політичних звинувачень та критики, а чоловіки, зазвичай, вживають її для впливу на масову свідомість читача та спонукування його до дій через різні асоціації та підсвідомі стереотипні образи.

Отримані результати можуть сприяти подальшому поглибленому вивченню соціолінгвістичної специфіки англомовних політичних і публіцистичних текстів.

#### Література:

1. Будаев Э. В. Риторическое направление в исследовании политической метафоры / Э. В. Будаев, А. П. Чудинов // *Respectus Philologicus*. – 2006. – № 9. – С. 10-19.
2. Ващук Т. М. Політичний дискурс як об'єкт лінгвістичного дослідження / Т. М. Ващук // *Вісник Житомирського державного університету ім. І. Франка. Серія: Лінгвістика*. – 2007. – Вип. 33. – С. 182-185.
3. Дацишин Х. П. Статична та динамічна метафора в сучасному українському політичному дискурсі / Х. П. Дацишин // *Стиль і текст*. – 2003. – Вип. 4. – С. 128-140.
4. Клинцова М. Н. Политическая метафора как средство идеологического воздействия / М. Н. Клинцова // *Культура народов Причерноморья*. – 2002. – № 28. – С. 76-91.
5. Мартинюк А. П. Конструювання гендеру в англомовному дискурсі / А. П. Мартинюк. – Харків : Константа, 2004. – 292 с.
6. Никитина К. В. Технологии речевой манипуляции в политическом дискурсе СМИ (на материале газет США): автореф. дис... канд. филол. наук: 10. 02. 04 / К. В. Никитина / Башкирск. гос. ун-т. – Уфа, 2006. – 18 с.
7. Фоменко О. С. Питання етнічних меншин у політичному дискурсі США / О. С. Фоменко // *Вісник Київського національного університету ім. Т. Г. Шевченка. Серія: Іноземна філологія*. – 2001. – Вип. 31. – С. 33-36.
8. Чокою А. М. Роль эмоционально-экспрессивных средств в современном политическом газетном тексте (на материале метафоры и прецедентных языковых единиц): автореф. дис... канд. филол. наук: 10.02.01 / А. М. Чокою / Московск. гос. ин-т русского языка им. А. С. Пушкина. – М., 2007. – 20 с.
9. Dijk van T. Discourse and manipulation / T. Dijk van // *Discourse in society*. – London, 2006. – P. 359-383.
10. Lakoff G., Johnson M. *Metaphors we live by* / G. Lakoff, M. Johnson. – London : The University of Chicago Press, 2003. – 193 p.
11. Wilson J. *Political Discourse* / J. Wilson // *The Handbook of Discourse Analysis* / Edited by D. Schiffrin, D. Tannen, H. E. Hamilton. – Blackwell Publishing, 2007. – 360 p.
12. Белов Е. С. Метафоры современного внешнеполитического дискурса США. [Електронний ресурс] // Режим доступу : [http://www.lomonosov-msu.ru/archive/Lomonosov\\_2008/11\\_8.pdf](http://www.lomonosov-msu.ru/archive/Lomonosov_2008/11_8.pdf).

**Кузнецова Л. Р.,**

Львівський національний університету імені Івана Франка, м. Львів

## МАЛОФОРМАТНИЙ ТЕКСТ ЯК АКТ МОВЛЕННЄВОЇ КОМУНІКАЦІЇ

*У статті зроблена спроба огляду дослідження текстів невеликого обсягу багатьма вченими у рамках дискурсного та комунікативного підходів.*

**Ключові слова:** дискурс, об'єктивно-прагматичне членування (ОПЧ), контекстно-варіативне членування (КВЧ), надфразова єдність, складно-синтаксичне ціле (ССЦ), комунікація.

*В статье сделана попытка обзора исследований текстов небольшого объема многими учеными в рамках дискурсного и коммуникативного подходов.*

**Ключевые слова:** дискурс, объективно-прагматическое членение (ОПЧ), контекстно-вариативное членение (КВЧ), надфразовое единство, сложное синтаксическое целое (ССЦ), коммуникация.

*The article gives the review of text research by many scientists in the frames of discourse and communication approaches.*

**Key words:** discourse, object-pragmatic parts, context-variant parts, overphrase unity, complex syntax unit, communication.

**Постановка проблеми та її значення.** Комунікативний підхід до дослідження тексту – малоформатного тексту анекдоту – акцентує увагу на компонентах тексту, які впливають на його змістовий аспект. Аналіз структури цілого тексту з метою встановлення його типових форм натеper видається вельми актуальним. Він виявляється результативним у рамках дискурсного підходу до дослідження текстів невеликих обсягів. Синкретизм їхніх змістово-комунікативних та формальних ознак зумовлює комплексний підхід до аналізу структурно-сміслової організації їхніх дискурсів. Він здійснюється на понятійно-категорійному рівні розгляду членованості і зв'язності тексту, виходячи з його парадигматичної і синтагматичної організації.

На цій підставі відзначають важливу властивість дискурс-тексту – блочний принцип його організації [6, с. 135]. Зауважимо що, логіко-сміслові блоки дискурсу досліджувались багатьма вченими (Ю. А. Головенко, А. І. Варшавська), які пропонували свої класифікації: структурно-формальна та семантична організація тексту; причинно-наслідкові і часові відносини, логіко-семантичний зв'язок (синонімія, повтори та ін.) В працях цього типу досліджувались цілісність тексту (дискурсу), що складається з різних компонентів: частин, епізодів, образів, типів оповідань. Цілісність тексту передбачає його членованість, зумовлену логікою сприйняття його читачем. З одного боку, долається лінійне сприйняття інформації, а з іншого – читач прагне до усвідомлення її упорядкованості і системності в тексті. Ці властивості пов'язані з виділенням у тексті на одній підставі структурних, формально виражених однотипних частин, компонентів.

Членування тексту (а малоформатні тексти не є винятком) має двоїсту основу: воно полегшує сприйняття повідомлення для читача і прояснює характер часового просторового, образного, логічного та інших зв'язків відрізків інформації для автора. Виходячи з цього, виокремлюють два типи членування тексту: об'ємно-прагматичне (ОПЧ) і контекстно-варіативне (КВЧ). До першого відноситься членування тексту на томи, книги, розділи, відбивки, абзаци і НФЄ (надфразові єдності). До другого – форми мовленнєвотвірних актів: 1) авторська мова: оповідання, опис, роздуми; 2) чужа мова: діалог, цитатія, НПМ [7, с. 51-52]. Дослідники уточнюють цю типологію, виділяючи ССЦ (складно-синтаксичне ціле) та розширяючи форми чужої мови, включивши в текст полілог, монолог, внутрішній монолог, внутрішній діалог (Л. Лосева, В. А. Кухаренко, Л. Г. Бабенко, К. Я. Кусько).

Об'ємно-прагматичне членування, що сприймається наочно як зовнішнє виділення текстових фрагментів графічними засобами, виявляється смислово, концептуально і стилістично обумовлене [3, с. 165]. Контекстно-варіативне членування передбачає відображення в ньому багатьох точок зору. Точка зору розуміється як концептуальна, світоглядна позиція, виходячи з якої у творі відображаються ті чи інші події, явища. В традиційній філологічній інтерпретації художнього тексту прийнято виділяти поняття *голос*, введене М. М. Бахтіним і широко використовуване В. Шкловським, В. Єйхенбаумом, Ю. М. Лотманом, О. В. Чичерінім та ін. у таких виразах, як одно-, дво-, багатоголосся, втілених в наративній структурі в різних композиційно-мовленневих і стилістичних формах. Контекстно-варіативне членування тексту передусім розмежовує дві мовленнєві партії – мову автора і мови персонажа.

**Комунікативна орієнтація на вивчення тексту** (Ф. С. Бацевич [4], Г. В. Колшанський [11, 12, 13], О. Л. Каменська [8], О. О. Селіванова [18]) сприяє активізації досліджень в цьому аспекті. Г. В. Колшанський наголошував, що текст тіснішим образом зв'язаний з діяльністю мовомислення людини і тому його структура відображає логічні зв'язки між відповідними комунікативними діями [13, с. 124]. Відмінною рисою комунікативної граматики вважається «розвиток виноградівського підходу до тексту як до твору мистецтва і поєднання в аналізі тексту елементів лінгвістики і літературознавства» [12, с. 72]. Двоєкість мистецтва сповна виявляється у художньому тексті – явищем одиничним і водночас підпорядкованим вимогам мовної системи. Художній текст визначається як комунікативно скерований вербальний твір, якому притаманна естетична цінність, що виявляється у процесі його сприйняття.

Основи системно-комунікативної концепції тексту подані у дослідженні вітчизняних і зарубіжних вчених [1; 4; 5; 8; 10; 19], які розглядають текст в якості цілісної підсистеми акту мовленнєвої комунікації. Текст (художній текст не є винятком) визначається як система значень і знакових послідовностей, яка втілює зв'язну модель комунікативної діяльності адресата і відправника повідомлення. Системний склад тексту як одна з його важливих сторін внутрішньої організації включає підсистеми (субтексти), до яких належить висловлення – надфразова єдність або група таких єдностей.



Антропоцентрична спрямованість мовознавства, яка зумовила комунікативно-прагматичну орієнтацію досліджень, виявилася у численних працях [5; 10]. Вивчення тексту як компонента комунікативної діяльності в антропоцентричному мовознавстві вимагало аналізу структур когнітивних моделей знань у їх співвіднесенні з мовленнєвомислимою і соціальною діяльністю суб'єкта. Саме текст є тією ланкою, яка з'єднує комунікантів в процесі їх соціальної інтеракції. Тому важливої ваги набуває завдання вивчення тексту як основної одиниці комунікації. Текст як вербальна форма спілкування матеріалізує знання автора про світ і робить його доступним для сприйняття адресатом [10, с. 1].

Текст як одиниця літературно-художньої комунікації перетворюється в спеціальний об'єкт дослідження у мовознавстві і структурно-семіотичному орієнтованому літературознавстві. Ця проблема плідно досліджувалася у працях Ю. М. Лотмана [15].

*Прагматичні зв'язки* – зв'язки між текстом і людиною, зумовлюють можливість активізації певного аспекту структури тексту і перетворення в процесі прагматичного функціонування ядерних структур в периферійні і навпаки. Роль прагматичного начала не може бути, однак, зведена до різного роду переосмисленням тексту: воно становить активну площину функціонування тексту як такого. Текст як генератор смислу, засіб мислення, для реалізації акту комунікації потребує співбесідника. Це зумовлено глибоко діалогічною природою свідомості як такої. Щоб реалізуватись, свідомість потребує свідомість, текст потребує текст, культура потребує культуру [15, с. 8-10]. Вище окреслені теоретичні положення знаходять своє відображення і в тексті анекдота.

*Синтаксична орієнтація на дослідження тексту* зводиться до того, що в його структурі окремі речення об'єднуються в групи, логічно і композиційно завершені блоки, які набули різних назв: фразові єдності і фразові ансамблі, надфразові єдності, складне синтаксичне ціле, союз текстом, прозаїчна строфа. Найчастотнішими для позначення за смислом груп речень стали терміни **складне синтаксичне ціле** і **надфразова єдність**. За законами синтаксису реалізується відхід від семантичної структури – глибинної смислової моделі (чи значення) тексту до його поверхневого прошарку, до конкретних фраз. Структурно-синтаксичний аспект тексту детально розроблений у 80-тих роках ХХ ст. у працях О. І. Москальської [16] у яких визначаються:

– *мікротексти (тексти-висловлення);*

– *макротексти (тексти-комуніканти, тексти як мовленнєві твори).*

Такий підхід зумовлено самою сутністю ССЦ, яка висловлена у визначеннях багатьох дослідників. Л. Лосева пише: «ССЦ – це найпротяжніша у складі тексту синтаксична одиниця, яка репрезентована групою контактних і дистантно взаємопов'язаних передбачень, що характеризують будь-який бік предмета, явища та ін.» [14, с. 61]. Найсуттєвішим для ССЦ вважатимемо його семантичну єдність, зумовлену єдністю теми/мікротеми, текстовими функціями. Тобто має значення їхня роль у семантичному розгортанні тексту і власна внутрішня композиційна будова.

**Висновки.** Отже, визнаючи об'єктивну потребу багатоаспектного вивчення тексту, можна виокремити основні аспекти, пов'язані з характеристикою тексту як цілого літературного твору, і, передусім, як динамічної комунікативної одиниці вищого рівня. Розуміння тексту як «тексту в дії» призводить до висунення на перший план його функціональний аспект, який враховує екстра- та інтратекстові ознаки (вибір виду і жанру текста диктується умовами реальної комунікації). Позатим орієнтація тексту на комунікативний процес додатково акцентує увагу на прагматиці тексту, тобто оформлює його дискурс.

### Література:

1. Ажеж К. Человек говорящий: Вклад лингвистики в гуманитарные науки. – М. : Едиториал УРСС, 2003. – 304 с.
2. Анненкова Н. М. Лингвостилистические характеристики прозаической басни: (На материале басен Лессинга и нем. писателей XX в.): Дис... канд. филол. наук: 10.02.04 / Моск. гос. пед. ин-т иностр. языков им. М. Тореза – М., 1977. – 189 с.
3. Бабенко Л. Г., Казарин Ю. В. Лингвистический анализ художественного текста: теория и практика. – М. : Флинта; Наука, 2003. – 496 с.
4. Бацевич Ф. С. Основы коммуникативной лингвистики: Підруч. [для студ. вищ. навч. закл.]. – Львів, 2004. – 342 с. ; іл., табл.
5. Бехта І. А. Дискурс наратора в англійській прозі. – К. : Грамота, 2004. – 304 с.
6. Варшавская А. И. Смысловые отношения в структуре языка. – Л. : Изд-во Ленингр. ун-та, 1984. – 135 с.
7. Гальперин И. Р. Грамматические категории текста (опыт обобщения) // Известия АН СССР. Серия литературы и языка. – 1977. – Т. 36. – № С. 552 – 532.
8. Каменская О. Л. Текст как средство коммуникации // Сборник научных трудов / Моск. гос. пед. ин-т иностр. яз. им. М. Тореза; Отв. ред. Москальская О. М. – М., 1980. – Вып. 158: Лингвистические проблемы текста. – С. 3-11.
9. Каменская О. Л. Исследования по грамматике текста. // Проблемы теории текста: Реферативный сборник. – М., 1978. – С. 98-116.
10. Колегаева И. М. Текст как единица научной и художественной коммуникации. – Одесса : Одес. гос. ун-т им. И. И. Мечникова, 1991. – 121 с.
11. Колшанский Г. В. Текст как единица коммуникации // Проблемы общего и германского языкознания. – М., 1978. – С. 26-37.
12. Колшанский Г. В. Коммуникативная функция и структура языка. – М. : Наука, 1984. – 174 с.
13. Колшанский Г. В. Контекстная семантика. – М. : Наука, 1980. – 152 с.
14. Лосева Л. Как строится текст: Пособие для учителей / Под ред. Г. Я. Солганика. – М. : Просвещение, 1980. – 94 с.

15. Лотман Ю. М. Текст в тексте// Текст в тексте. Труды по знаковым системам / Тартус. гос. ун-т. – Тарту, 1981. – Т. XIV. – Вып. 567. – С. 3-18.
16. Москальская О. И. Текст – два понимания и два похода // Русский язык: Функционирование грамматических категорий: Текст и контекст: Виноградов. чтения, XII-XIII / Отв. ред. Н. Ю. Шведова. – М. : Наука, 1984. – С. 154-163.
17. Самохина В. А. Современная англоязычная шутка : [монография] / Самохина В. А. – Харьков : ХНУ им. В. Н. Каразина, 2008. – 356 с.
18. Селиванова Е. А. Основы лингвистической теории текста и коммуникации: Монографическое учеб. пособие. – К. : Брама. Изд. Вовчок О. Ю., 2004; ил., табл. – Библиогр. : С. 282-315.
19. Beaugrande R-A de. Text, Discourse and Process Towards a Multidisciplinary Science of Text. – New York : Norwood; ABLIX, 1980. – Vol. XV. – 351 p.

Кундис О. Т.,

Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів

## НОМІНАТИВНІ РЕЧЕННЯ В ІТАЛІЙСЬКОМУ МАС-МЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ

У статті проаналізовані характерні риси італійського мас-медійного дискурсу на матеріалі видань *La Repubblica*, *Corriere della Sera* і *La Stampa* та досліджені особливості використання в них номінативних речень. Подані функціональні властивості номінативних речень відповідно до місця розташування їх у тексті.

**Ключові слова:** номінативні речення, мас-медійний дискурс.

В статті проанализированы характерные черты итальянского масс-медийного дискурса на материале изданий *La Repubblica*, *Corriere della Sera* и *La Stampa* и исследованы особенности использования в них номинативных предложений. Представлены функциональные свойства номинативных предложений в зависимости от места расположения их в тексте.

**Ключевые слова:** номинативные предложения, масс-медийный дискурс.

In this article the characteristic features of the Italian mass media discourse are analyzed on the basis of materials from *La Repubblica*, *Corriere della Sera* and *La Stampa* periodicals. Also the peculiarity of use of nominal sentences in these materials is investigated. The functional properties of nominal sentences according to their position in a text are described.

**Key words:** nominal sentences, mass media discourse.

Питання дослідження номінативних речень (НР) не є новим у мовознавстві. Деяким його аспектам присвячені праці як українських, так і зарубіжних вчених. Актуальність роботи визначається невеликою кількістю праць із вивчення НР в італійській мові. Метою даної статті є дослідити функціонування та особливості НР в італійському мас-медійному дискурсі. За основу для аналізу взято статті трьох найважливіших італійських видань: *La Repubblica* (Рим), *Corriere della Sera* (Мілан) та *La Stampa* (Турин).

Номінативне речення (НР) – це односкладне речення, головний член якого виражений іменником або іншою субстантивованою частиною мови у формі називного відмінка. Номінативним вважають будь-яке стверджувальне, наказове, питальне чи окличне речення, предикація якого виражена без використання дієслова [3, с. 418]. Таке речення складається з іменника, іменної синтагми або займенника та залежних від них слів: *Un fatto sconcertante* [10, 20/02/12]; *Battuta del presidente dopo le contestazioni in Sardegna* [9, 20/02/12]; *Clausola retrograda* [11, 20/02/12].

Застосування НР є надзвичайно широким. Трапляються вони в художній літературі, на сторінках газетних видань, в офіційних документах та у повсякденній розмовній мові. Що стосується мас-медійного дискурсу, то найчастіше НР використовуються в заголовках та підзаголовках статей. Пояснюється це не лише прагненням до лаконічності висловлення думки, але й бажанням подати заголовок чи якусь частину статті з особливою інтонацією чи забарвленням. НР є швидкими для сприйняття, стислими, синтетичними та становлять особливу синтаксичну структуру.

Коли у великому відрізку тексту помітне відчутне переважання НР над звичними двоскладними реченнями, а дієслівні речення функціонують як складнопідрядні, залежні від називних речень, ми стикаємося з явищем номінативного стилю, надзвичайно поширеним в мас-медійному дискурсі [8, с. 437]: *Freddo polare a Firenze e provincia*, *circolazione rallentata nel fermano*, *nord della Giocaria in ginocchio*, *ghiaccio su alcune strade pure in Calabria e Sicilia* [11, 03/02/12]; *Capacità creativa che permette di adattarsi e di reagire in fasi critiche come questa* [10, 13/08/12]. В такому номінативному стилі для викладу матеріалу можуть використовуватися і дієслова, проте в субстантивованій формі. Крім того, у мові мас-медіа часто вживаються девербативні іменники як з суфіксами типу *-ità*, *-ione* (*la riconducibilità*, *l'estraneità*, *la valorizzazione*, *le contestazioni* та ін.), так і без суфіксів (*il rilancio*, *il realizzo*) [3, с. 419]: *Irritazione di Cicchitto e Matteoli* [10, 15/02/12]; *La repentina riduzione del risparmio privato* [10, 13/08/12]; *Chiusura positiva per Tokyo* [10, 20/02/12].

Використання в мові преси НР та номінативного стилю в цілому знало широкого розвитку та поширення в XVIII та XIX ст. ст. В той час вживання НР вважалося ознакою вишуканого стилю та відповідало вимогам швидкості та безпосередності у передачі повідомлення. З цим пов'язані й екстралінгвістичні фактори, такі як, наприклад, широке застосування телеграфів у видавничій справі для швидкого обміну інформацією між журналістами та подальшої її передачі на сторінки газет саме у такому вигляді, в якому вона була отримана [8, с. 438].

Паралельно з розширенням сфери застосування НР відчувається тенденція до переважання в мас-медійному дискурсі іменників над дієсловами та до зменшення граматичних функцій останніх. В основному, це стосується абстрактних іменників, похідних від відповідних дієслів. Чисельність фраз зразка *dichiarazioni del ministro...* або *decreto del governo...* переважає над реченнями *il ministro dichiara che...* або *il governo decreta...* [8, с. 438]. Для прикладу можна подати таке НР, взяте з газети *La Repubblica*: *La denuncia del coordinamento «Errori di Stampa» in una lettera aperta al dg di Viale Mazzini* [10, 20/02/12]. Автор надав перевагу саме НР, хоча дану думку можна було передати й двоскладним реченням з дієсловом у своєму складі: *Il coordinamento «Errori di Stampa» ha denunciato in una lettera aperta...* Дана тенденція не є явищем, притаманним лише сучасній італійській мові, а властива й іншим європейським мовам.

Дослідник мас-медійного дискурсу Х. Л. Мартінес Альбертос виділяє шість основних вимог до мови преси: 1) точність та правильність; 2) лаконічність; 3) ясність; 4) жвавість; 5) пластичність; 6) колоритність [5]. Таким чином, автори вдаються до різноманітних прийомів та технік з метою передати певну думку швидко, яскраво та дуже лаконічно для миттєвого привернення уваги читача та спонукання його до прочитання усієї статті: *Punto di*

*forza del nostro sistema bancario* [10, 13/08/12]; *Massimo rispetto per le scelte del governo* [10, 15/02/12]; *Soddisfazione per i calciatori, sostegno a Conte* [9, 10/08/12]; *Un fenomeno socioeconomico che ha improntato l'identità nazionale* [10, 13/08/12].

Поняття точності стосується достовірного та правдивого викладу фактів, а критерій правильності має власне лінгвістичний характер. Лаконічність як критерій мови преси видається зрозумілим та виправданим, адже газетна стаття прагне висловити велику кількість думок за допомогою малої кількості слів. Тому перевага надається коротким реченням. Повністю відкидається перенасиченість словами, які в загальній сумі не містять великого семантичного навантаження та в цілому не є необхідними [5]. Використання НР надає висловленню чіткості та лаконічності: *L'auspicio dell'intransigente Vasa* [11, 20/02/12]; *Crollo del Pil (-0,7%)* [10, 15/02/12]; *Metano a 0,94 euro/kg in media* [11, 20/02/12].

Класичний стиль побудови речень в сьогоденні друківаних виданнях замінений легким, простим та сучасним. Така зміна пояснюється прагненням авторів до видовищності та сенсаційності в поданні тієї чи іншої новини: *Una pernacchia universale* [11, 20/02/12]; *Applausi e sarcasmo dal Carroccio* [10, 15/02/12]. Італійська преса постійно проявляє тенденцію до спрощення стилю викладу матеріалу як на лексичному, так і на синтаксичному рівнях. Мова мас-медіа тяжіє до розмовної. Речення стають коротшими, простішими за своєю будовою: *Gli italiani. Un popolo di santi, poeti e navigatori* [10, 13/08/12]; *Quota 1972,9 miliardi* [9, 13/08/12]; *Tanti i disagi a causa della forte pioggia* [9, 13/08/12]. Крім того, однією з особливостей сучасних італійських статей є перенасичення неологізмами та запозиченнями з англійської мови: *Un Supercommissario al debito che affiancherebbe il Supercommissario alla spending review Enrico Bondi* [9, 13/08/12]. Найчастіше такі запозичення трапляються в заголовках [6, с. 39].

На думку Х. Л. Мартінеса Альбертоса, заголовок статті виконує три основні функції: 1) викликає інтерес потенційного читача до статті; 2) коротко інформує про подальший зміст статті; 3) виділяє та розмежовує окрему статтю з-поміж інших у виданні [5].

На основі виконуваних функцій виділяють два типи заголовків статей: інформативні та окличні. Перший тип ставить собі за мету коротко та точно повідомити про факт, про який йтиметься далі. Він акумулює в собі весь зміст повідомлення. Такі заголовки складаються з короткого стверджувального речення, уникають використання специфічних термінів та висловлення особистої суб'єктивної оцінки автора щодо описуваного. В цьому типі заголовків рідко вживаються дієслівні форми: *Il calo dei consumi* [10, 13/08/12]; *Seduta negativa per le Piazze del Vecchio Continente* [10, 13/08/12]. Другий тип заголовків покликаний, передусім, захопити увагу читача та спонукати його до прочитання усієї статті. Успіх у виконанні цього завдання залежить від майстерності, оригінальності та творчого підходу автора: *Cordoglio di Napolitano e Monti* [9, 20/02/12]; *Applausi da Lega e Idv* [10, 15/02/12]; *Fine delle illusioni* [9, 13/08/12].

Стислий виклад поданого у статті за допомогою заголовка зумовлює особливості вживання в ньому синтаксичних засобів. Так як немає можливості в заголовку подати розгорнутий текст, автори вдаються до використання коротких простих речень, зокрема номінативних.

НР в мас-медійному дискурсі, як і в художній літературі, залежно від місця розташування у тексті, змінюють свої функції. НР, вжиті на початку тексту чи його частини, слугують для називання предметів або явищ, про які йтиметься далі. Це так званий номінативний вступ. За такими НР розташовані двоскладні речення, що продовжують та поширюють розповідь, розпочату називним реченням [2, с. 174]: *Torture e violenze indiscriminate. arresti arbitrari. Negazione delle più elementari norme di diritto. L'Onu denuncia i crimini di guerra commessi in Siria nei 17 mesi del conflitto che antepone le forze del governo di Assad alle milizie degli insorti* [9, 15/08/12]; *Buone notizie dal fronte spread nel giorno di ferragosto. Il differenziale tra Btp e Bund scende a quota 420 punti con un rendimento dei titoli decennali italiani al 5,75%* [11, 15/08/12].

НР можуть вживатися і в середині тексту. В такому випадку вони слугують для переривання, уповільнення розповіді [2, с. 174 – 176]: *Sky stoppa tablet e smartphone «piratati». Se gli utenti hanno sbloccato il loro iPad, iPhone o Android l'applicazione Sky Go è limitata. Le proteste degli utenti. La pay tv italiana ha infatti deciso di limitare l'uso del servizio Sky Go...* [9, 14/08/12].

Завданням НР, вжитих в кінці тексту, є підсумок попередньої розповіді, подача роздумів автора про описувані ним події [2, с. 174 – 176]: *La Rai non ha comprato i diritti. Addio, quindi, «Giostra del gol», appuntamento domenicale per gli italiani residenti negli Stati Uniti, in Australia, in Europa, in tutto il mondo. Milioni di persone* [10, 15/08/12].

Як бачимо, НР широко представлені в аналізованих італійських виданнях. Їх характерною особливістю є те, що вони не є прив'язаними до певної тематики статей, а зустрічаються як в матеріалах на політичну чи економічну тему, так і в статтях, присвячених, скажімо, спорту, культурі чи побутовим проблемам. Крім того, НР в італійському мас-медійному дискурсі не мають свого чіткого місця розташування. Знаходимо приклади використання таких речень як на початку, так і в середині чи в самому кінці статті. Проте, все ж, можна стверджувати, що найтипівішим є вживання НР в заголовках. Причинами використання саме такого типу речень є різноманітність їх стилістичних можливостей, експресивність, динамічність та особливий лаконізм.

#### Література:

1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики: Підручник / Ф. С. Бацевич. – К. : ВЦ «Академія», 2004. – С. 138-139.
2. Пономарів О. Д. Стилїстика сучасної української мови: Підручник / О. Д. Пономарів. – К. : Либідь, 1993. – С. 174-178.
3. Battista Moretti, Giovanni. L'italiano come prima o seconda lingua nelle sue varietà scritte e parlate. Volume I. 3a edizione riveduta e aggiornata. – Perugia, 1996. – P. 418-420.

4. Dardano, Maurizio, Trifone, Pietro. *La nuova grammatica della lingua italiana*. – Bologna : Zanichelli, 2007. – P. 327-328.
5. Martínez Albertos, José Luis. *Curso general de redacción periodística*. – Madrid : Paraninfo, 1997. – 600 p.
6. Rogato, Gilda. *Anglicismi nella stampa italiana // Italica*. – 2008. – № 85, 1. – P. 27-43.
7. Sensini, Marcello. *La grammatica della lingua italiana. Con la collaborazione di Federico Roncoroni*. – Milano : Mondadori, 1997. – P. 431 – 432.
8. Serianni, Luca. *Italiano. Grammatica, sintassi, dubbi*. – Torino : Garzanti, 2000. – P. 437-438.
9. *Corriere della Sera*. – Режим доступу до вид. : <http://www.corriere.it/> (20/02/12; 10/08/12; 13/08/12; 14/08/12; 15/08/12). – Назва з екрану.
10. *La Repubblica*. – Режим доступу до вид. : <http://www.repubblica.it/> (15/02/12; 20/02/12; 13/08/12; 15/08/12). – Назва з екрану.
11. *La Stampa*. – Режим доступу до вид. : <http://www.lastampa.it/redazione/default.asp> (03/02/12; 20/02/12; 15/08/12). – Назва з екрану.

Лежньов С. М., Янсон В. В.,

Горлівський інститут іноземних мов Донбаського державного педагогічного університету, м. Горлівка

## АНГЛОМОВНІ НЕОЛОГІЗМИ-СКОРОЧЕННЯ

Стаття присвячена структурно-семантичному аналізу лінгвальних інновацій-скорочень. У статті розглядаються способи творення скорочень, встановлюються їх структурні типи, визначаються функції скорочених слів.

**Ключові слова:** неологізми, скорочення, структурно-семантичні типи, функції скорочень.

Статья посвящена структурно-семантическому анализу англоязычных инноваций-сокращений. В статье рассматриваются способы образования сокращений, устанавливаются их структурные типы, определяются функции сокращенных слов.

**Ключевые слова:** неологизмы, сокращения, структурно-семантические типы, функции сокращений.

The article deals with structural-semantic and functional characteristics of innovative shortened words in English. Some peculiarities of word-building patterns are described in the article. Shortened lexical innovations are grouped according to the thematic and structural types they belong to.

**Key words:** lexical innovations, abbreviations, clipping, blending, structural-semantic types, functions of shortened words.

Розвиток словникового складу англійської мови виявляється в процесі творення нових лексичних одиниць, лінгвальних інновацій, або неологізмів, що знаходяться у центрі уваги багатьох вітчизняних та зарубіжних мовознавців. Науковці досліджують способи творення інноваційної лексики, її структурні, семантичні, прагматичні і функціональні особливості [1; 3; 4; 5]. Під неологізмами розуміють «слова, словосполучення, фразеологізми, окремі їх значення, що з'явилися на певному етапі розвитку мови для передачі нових реалій і понять, периферійних номінацій, актуалізація яких зумовлена соціальними і територіальними чинниками функціонування літературної мови, а також okazіоналізми (індивідуально-авторські новації), використані одноразово в мовній практиці певного автора, видання, редакції чи в конкретному тексті. Новизну цих номінацій усвідомлюють мовці» [6, с. 77].

**Метою статті** є дослідження способів творення скорочень сучасної англійської мови. Мета роботи зумовлює необхідність розв'язання конкретних завдань: 1) встановлення структурних типів скорочень; 2) визначення семантичних характеристик скорочених слів; 3) розкриття їх функцій. **Об'єктом дослідження** є англомовні скорочені лексеми кінця ХХ – початку ХХІ століття. **Предметом** вивчення є словотворчі процеси у сфері сучасної англомовної лексики. **Матеріалом** дослідження слугують лінгвальні інновації, зафіксовані англомовними словниками неологізмів [7; 8].

Скорочення утворюють групу лексичних одиниць, неоднорідних за своїм складом, під якими слід розуміти скорочені варіанти написання або вимови слова або словосполучення різної структури та характеру, формування яких зумовлено низкою екстралінгвальних чинників, до яких належить намагання стисло передати нові поняття, що виражаються складними словами і словосполученнями. Дія цього лінгвістичного явища зумовлюється принципом економії та пошуком виражальних засобів мови. Процес виникнення нових скорочень підпорядковується і мовним законам, зокрема, тенденції до моносилабізму (в англійській мові фонетичні процеси привели до підвищення питомої ваги односкладових слів), впливу розмовної мови на літературну.

В основі класифікацій скорочених лексичних одиниць лежать різні принципи, що частково зумовлюється великою кількістю різновидів скорочень. Так, виокремлюють графічні та лексичні скорочення [2, 23]. Графічні скорочення поділяють на okazіональні та стандартні, загальноприйняті. Серед лексичних скорочень розрізняють синтаксичні, утворені шляхом опущення цільнооформлених елементів, і морфологічні скорочення (скорочені форми, усікання, ініціальні скорочення (абревіатури), скорочення змішаного типу, слова-телескопізми. Скорочення також розподіляють на абревіатури, акроніми, скорочені форми / усікання (апокопи, афереза, синкопи), слова-злитки / телескопізми [4, с. 85]. Англомовні джерела називають три типи скорочених слів, а саме, *clipping*, *blends*, *acronyms* [7; 8].

Процес утворення скорочених слів пов'язаний із зміною формальної структури вихідного найменування. Він приводить до появи у мові нового структурного варіанту вихідної номінативної одиниці. Спосіб скорочення лексичної одиниці може слугувати основним структурним параметром класифікації усіх типів скорочень. Серед досліджуваних нами 2500 англомовних лінгвальних інновацій кінця ХХ – початку ХХІ століття виокремлюються 200 (8%) скорочених слів:

1) ініціальні абревіатури (70% від 200 лексичних одиниць):

– алфавітизми (*XML* [ˈeksˈemˈel] – *Extensible Markup Language* – «програма, що дозволяє створювати електронні документи, сумісні з Інтернетом» – «Unlike the existing HTML format, the XML-enhanced format will support features such as pivot tables in spreadsheets, and revision marks in word documents» [Computing, June 25, 1998], *TTS* [ˈtiːˈtiːˈes] – *Text-to-speech* – «програма, що створює розмовну версію тексту в електронному документі» – «(the agency) then uses TTS to turn the text into audio within minutes, saving the company both time and money» [Business Wire news release, September 15, 2003];

– звукові (акроніми) (*WAP* [ˈwæp] – *Wireless Application Protocol* – «набір протоколів для поєднання мобільних телефонів та радіопристроїв з Інтернетом» – «WAP (Wireless Application Protocol) is an open specification for displaying content on wireless devices» [2010 Top Bits.com], *TIFF* [ˈtif] – *Tagged Image File Format* – «формат зберігання зображень» – «The first version of the TIFF specification was published by Aldus Corporation in the autumn of 1986» [2010 Wikipedia], *SOHO* [ˈsoːhoː] – *Small Office Home Office* – «належний до ринку відносно недорогої елек-

троніки» – «*An all-in-one personal server designed to help consumers and SOHO professionals easily protect, remotely access and share their digital files*» [PRNewswire (press release), October 7, 2003];

– звуко-літерні (MACV [mæk `vi:] – *Military Assistance Command* – «військове командування» – «*Once you become an AP stringer, we can arrange for your immediate accreditation to the U. S. Military Assistance Command Vietnam (MACV)*» [2003 WETA]);

– літерно-звукові (RVeR [`a:r `veər] – *Recreational Vehicle User* – «транспорт для пересування під час відпочинку» – «*There are as many as 30 million RVers nationwide, including renters*» [gorver.com/advertising], NSAID [`ensɪd] – *Non-steroidal Anti-Inflammatory Drug* – «нестероїдні протизапальні ліки» – «*There is little difference in clinical efficacy among the NSAIDs when used at equivalent doses*» [2010 Wikipedia]);

2) складові скорочення (10% від 200 лексем): афери (скорочується ініціальна частина слова) – *blade* < *rollerblade* – «*катанися на ковзанах*» – «*He walks like Jack Hooker, his shoulders rolling slightly, his arms moving with the smooth swivel of his hips, his body blading through air as he crosses the parking lot of the motel*» [Esquire, November 1997], апокопи (скорочується фінальна частина слова) – *biotech* < *biotechnology* – «біотехнологія» – «*Scientists have discovered a wide range of biotech uses for nanosized particles*» [2010 About.com].

Телескопія є явищем проміжним між словоскладанням і деривацією. Вона розглядається як окремий, хоча і суміжний спосіб словотворення. Телескопізми, як і складні слова, утворюються на основі вільних лексичних одиниць і являють собою універбацію, тобто конденсацію семантики словосполучення в межах однієї лексичної одиниці. Існують різні структурно-семантичні типи телескопізмів (літери a, b позначають перший елемент слова-телескопізму, літери c, d – його другий елемент). За характером скорочення вихідних слів телескопізми (20% від 200 лексем) розподіляються за такими групами:

1) повні слова-злитки (a + b) + (c + d) > (a + d): *affluent* < *affluent* + *influential* – «багатий та впливовий» – «*Swallow Hill Music is thrilled to welcome back affluent singer/songwriter Joe Pug*» [2010 Swallow Hill Music Association];

2) часткові слова-злитки:

a) (a + b) + (c + d) > (a + c): *permatemp* < *permanent* + *temporary* – «частковозайнятний / тимчасовий робітник» – «*Permatemp pension coverage is equally bad*» [cfcw.org/permatemps.html];

b) (a + b) + (c + d) > (a + b) + d: *chatterbot* < *chatter* + *robot* – «ком'ютерна програма, що стимулює розмову» – «*Chatterbots is the name given for programs that attempt to simulate typed conversation and converse with a human*» [simonlaven.com];

c) (a + b) + (c + d) > a + (c + d): *celebrity* < *celebrity* + *reality* – «телевізійні шоу, у яких беруть участь відомі особи» – «*The celebrity reality genre has become a mainstay for VH1, with the network churning out more celebrity and less music video programming in the past couple of years*» [celebrity.loveto know.com].

З погляду вживання та призначення скорочень виокремлюються нейтральні лексичні одиниці та сленгізми, які мають яскраво виражений емоційний характер і надають мові динамічність і експресивність. Більшість з них використовуються з метою емоційно-експресивної передачі значення повного слова.

Проведене нами лінгвістичне дослідження скорочень дає можливість зробити певні висновки: наприкінці ХХ – початку ХХІ століття продовжується стрімкий розвиток аббревіації, що є проявом раціоналізації мовленнєвої діяльності та оптимізації мовотворчих процесів; найбільш поширеним типом скорочень є ініціальні аббревіатури, які стисло передають значення багатокомпонентних лексичних одиниць і належать до стандартної лексики; більшість складових скорочень і телескопізмів входять до складу субстандартної лексики. Їх головною мотивацією є збільшення експресивності неологізмів. Перспектива подальшого дослідження скорочень полягає в поглибленому аналізі особливостей їх функціонування в текстах різних стилів та жанрів.

### Література:

1. Андрусак І. В. Англійські неологізми кінця ХХ століття як складова мовної картини світу: автореф. дис. на здобуття ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.04 «Германські мови»/ І. В. Андрусак. – Київ, 2003. – 20 с.
2. Борисов В. В. Аббревіація і акронімія. Военные и научно-технические сокращения в иностранных языках / В. В. Борисов. – М. : Воениздат, 1972. – 320 с.
3. Єнікєєва С. М. Системність і розвиток словотвору сучасної англійської мови / Санія Маратівна Єнікєєва. – Запоріжжя : Запорізьк. нац. ун-т. – 2006. – 303 с.
4. Заботкина В. И. Новая лексика современного английского языка / Вера Ивановна Заботкина. – М. : Высшая школа, 1989. – 126 с.
5. Зацний Ю. А. Мова і суспільство: збагачення словникового складу сучасної англійської мови / Ю. А. Зацний, Т. О. Пахомова. – Запоріжжя : Запорізьк. держ. ун-т, 2001. – 243 с.
6. Стишов О. А. Динамічні процеси в лексико-семантичній системі та в словотворі української мови кінця ХХ ст. (на матеріалі мови засобів масової інформації): дис. докт. філол. наук: 10.02.01 / Стишов Олександр Анатолійович. – Київ, 2003. – С. 74-87.
7. New Words / [Orin Hargraves]. – Oxford University Press, 2004. – 320 p.
8. The Longman Register of New Words / [John Ayto]. – Longman Group UK Limited, 1989. – 434 p.

Лесінська О. М.,

Чернівецький національний університет ім. Ю. Федьковича, м. Чернівці

## ОСОБЛИВОСТІ МОДИФІКАЦІЇ В ІМЕННИКОВОМУ СЛОВОСПОЛУЧЕННІ НА ПОЗНАЧЕННЯ ЛЮДИНИ У ХУДОЖНЬОМУ ДИСКУРСІ

*Стаття присвячена дослідженню структури та семантики іменникових словосполучень з головним словом-іменником на позначення людини у художньому дискурсі.*

**Ключові слова:** іменникове словосполучення, головне слово, модифікатор, препозиція, постпозиція, семантика.

*Статья посвящена исследованию структуры и семантики именного словосочетания с ядром-именем существительным, обозначающим человека в художественном дискурсе.*

**Ключевые слова:** именное словосочетание, ядро, модификатор, препозиция, постпозиция, семантика.

*The present article is the study of structural and semantic characteristics of noun phrases with the common component «human being» in fiction discourse.*

**Key words:** noun phrase, head word, modifier, preposition, postposition, semantics.

**Постановка проблеми.** Іменникове словосполучення в англійській мові є одним з головних «будівельних матеріалів» речення. Воно має широку препозиційну, постпозиційну та двосторонню модифікацію, завдяки якій несе повну та різносторонню інформацію про суб'єкт чи об'єкт словосполучення. Беручи до уваги велику кількість конститuentів, яка може скласти іменникове словосполучення, доцільним є дослідження його структурно-семантичних характеристик.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідження іменникового словосполучення знаходиться у центрі уваги зарубіжних [7; 9; 10] та вітчизняних [1-6] лінгвістів. Так, вивченню структури іменникового словосполучення, препозиційних та постпозиційних модифікаторів присвячені праці А.А. Мизака – субстантивні словосполучення з препозитивним атрибутом [4]; Г.А. Лебедевої – субстантивні словосполучення з ад'юнктами-прикметниками у препозиції [3]; П. де Хаана – підрядні речення у постпозиції іменникового словосполучення [10]; Д.Бібера та співавторів – вивчення структурних особливостей іменникових словосполучень, а саме препозиційних та постпозиційних модифікаторів [7]; І.П. Гомес – структура іменникових словосполучень з іменниками-модифікаторами [9]. Структурні характеристики іменникових словосполучень невід'ємно від їхньої семантики відображені у дослідженнях Л.Б. Ездекової – семантико-синтаксичні характеристики іменникових термінологічних словосполучень [5]; М.Ю. Іванової – формування та сполучуваність компонентів іменникового словосполучення на матеріалі будівельних текстів [1]; І.М. Калиновської – обумовленість структури іменникової фрази семантикою головного слова [2]; К.В. Юр'євої – стильові особливості словосполучень іменник+іменник [6]. У вказаних роботах питання модифікації стосувалося переважно субстантивних конструкцій типу N+N у науковій літературі або словосполучень з передіменниковим атрибутом типу A<sup>n</sup>+N. Однак, проблема структурно-семантичних особливостей іменникового словосполучення на позначення людини у художньому дискурсі не була об'єктом дослідження у перерахованих наукових працях.

**Постановка завдання.** Завданням нашого дослідження є вивчення препозиційної, постпозиційної та двосторонньої модифікації в іменниковому словосполученні на позначення людини у художньому дискурсі, та встановлення взаємозв'язку між структурою словосполучення та його семантикою.

**Об'єктом дослідження** слугує іменникове словосполучення з препозиційною, постпозиційною та двосторонньою модифікацією, де головне слово виражене іменником на позначення людини у художньому дискурсі А. Крісті, Дж.Х. Чейза та Дж. Грішема.

**Виклад основного матеріалу.** Модифікатор – це залежний елемент словосполучення, який надає додаткової інформації до головного слова словосполучення [8; 11, с. 65]. В іменниковому словосполученні вони уточнюють та деталізують головне слово – іменник.

Структура іменникового словосполучення може бути як простою, так і розширеною за рахунок препозиційних та постпозиційних модифікаторів, або двостороннього розміщення модифікуючих елементів. При поширеній структурі іменникового словосполучення, воно може містити декілька незалежних словосполучень, які разом утворюють іменникове словосполучення та модифікують головне слово. У таких випадках виникають труднощі при визначенні порядку модифікації, модифікаторів головного слова іменникового словосполучення та модифікаторів головного слова словосполучень, які входять до складу іменникової конструкції, що розглядається.

Для встановлення чітких меж між головним словом та його модифікаторами, а також внутрішніх структурних особливостей конструкцій-модифікаторів розглянемо іменникові словосполучення на позначення людини з препозиційною, постпозиційною та двосторонньою модифікацією.

Розпочнемо з модифікації у препозиційних конструкціях. У прикладі *As we passed through one of the gates on our way home again, a pretty young woman of gipsy type coming in the opposite direction bowed and smiled* [13] кожен із модифікаторів *pretty* та *young* модифікують головне слово *woman* незалежно один від одного (див. рис. 1). Для перевірки незалежності їхньої модифікації ми можемо змінити порядок слідування модифікаторів на *a young pretty woman* або з'єднати їх сурядним сполучником *pretty and young*. Однак, при зміні порядку розташування передіменникових прикметників зміниться семантика словосполучення. Якщо у словосполученні *a pretty young woman* автор наголошує на тому, що молода жінка була симпатичною, то у словосполученні *a young pretty woman* основна увага звертається на те, що жінка симпатична.



В іменниковому словосполученні *Farmer Raikes has got a very pretty young wife* [13] окрім детермінатора *a* присутні три модифікатори головного слова *wife* – *very*, *pretty* та *young* (див. рис. 2). *Pretty* та *young* модифікують головне слово незалежно один від одного, проте модифікатор *very* не може бути незалежним модифікатором головного слова *wife*, оскільки воно належить до *pretty*, модифікує його та утворює з ним прикметникове словосполучення, яке, незалежно від прикметника *young*, модифікує головне слово. Для перевірки незалежної модифікації, розділимо речення на два окремих, наприклад: *Farmer Raikes has got a young wife. She is very pretty* або *Farmer Raikes has got a very pretty wife. She is young*.

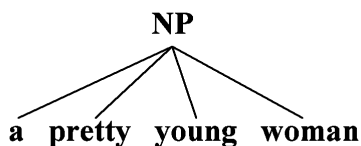


Рис. 1. Незалежна модифікація

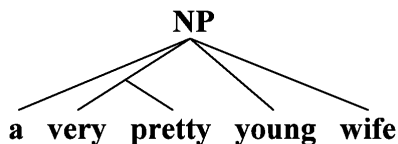


Рис. 2. Незалежна модифікація

Якщо модифікація головного слова є послідовною і кожен із модифікуючих елементів описує головне слово незалежно один від одного, не утворюючи окремі конструкції у складі головної конструкції, то визначення модифікаторів та встановлення порядку їхньої модифікації не викликає труднощів навіть при їхній великій кількості, як, наприклад, у словосполученні *a little sharp dark ferret-faced man* [13] (див. рис. 3).

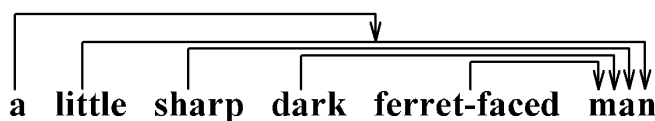


Рис. 3. Послідовна незалежна модифікація

У цьому словосполученні кожен прикметник модифікує головне слово незалежно від інших прикметників-модифікаторів, і головне слово може утворити конструкцію з кожним прикметником окремо, наприклад *a little man*, *a dark man*, *a ferret-faced man*, *a sharp man* або з декількома з них, об'єднавши їх сурядним сполучником *and* – *a little and sharp man*. Однак, такі структурні трансформації не можуть відбуватися без жодного впливу на семантику словосполучення чи речення. Словосполучення з декількома передіменниковими прикметниками є прикладами компресії окремих словосполучень чи речень в одне іменникове словосполучення. Таким чином, словосполучення *a little sharp dark ferret-faced man* можна продемонструвати розширеними *\*There was a man. \*His face looked like the face of a ferret. \*The man was small. \*His skin and/or hair were/was dark. \*The man was small with sharp eyes*. Об'єднавши усі характеристики однієї людини, ми отримаємо компресоване речення з іменниковим словосполученням, яке подає всі характеристики людини завдяки прикметникам-модифікаторам у препозиції до головного слова-іменника: *One was a little, sharp, dark, ferret-faced man, the other was tall and fair* [13].

Іменникові словосполучення з постпозиційними модифікаторами ускладнюються прийменниковими словосполученнями, які, у свою чергу, є складовими іменникових словосполучень, де головні слова можуть теж бути модифіковані постпозиційними прийменниковими словосполученнями (див. рис. 4).

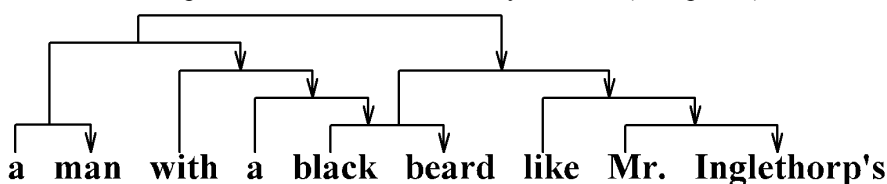


Рис. 4. Постпозиційна модифікація прийменниковим словосполученням

Схематичне представлення словосполучення свідчить, що у конструкціях такого типу аналізу структури недостатньо для встановлення всіх взаємозв'язків між елементами. Для цього потрібен ще аналіз семантики словосполучення. У словосполученні *a man with a black beard like Mr. Inglethorp's* [13] розгалуження модифікації головного слова *man* є правостороннім. У структурі виділяється ще одне іменникове словосполучення *a black beard* зі своїм постпозиційним модифікатором *like Mr. Inglethorp's*. Усі зазначені конструкції є складовими одного іменникового словосполучення *a black beard like Mr. Inglethorp's* взаємопов'язані і не можуть модифікувати головне слово незалежно один від одного. Якщо ми скажемо *a man like Mr. Inglethorp*, ми порівняємо не бороду чоловіка з бородою пана Інглторпа, а всю його зовнішність, поведінку, характер чи зовнішній вигляд. Якщо ми трансформуємо це словосполучення в окремі речення, де наведена характеристика чоловіка, то побачимо, що словосполучення-модифікатор *a black beard like Mr. Inglethorp's* функціонує як єдине ціле, і конструкції його внутрішньої структури не можуть модифікувати головне слово незалежно одне від одного: *\*There was a man. \*He had a beard. \*His beard was black. \*The beard was like that of Mr. Inglethorp*.

Визначення взаємовідносин між конститuentами іменникового словосполучення ускладнюється, коли мова йде про словосполучення з двостороннім розташуванням модифікаторів, які у препозиції можуть бути поширені

великою кількістю прикметників та прикметникових словосполучень, а у постпозиції – численними прийменниковими словосполученнями та підрядними реченнями.

Так, у словосполученні *an honest man with a fine family, good reputation, and all* [14] головне слово *man* має двосторонню модифікацію. Велика кількість модифікаторів розташовується, зазвичай, у постпозиції до головного слова. У постпозиції знаходяться три окремих конструкції *a fine family, good reputation, and all*. У цьому випадку відбувається незалежна модифікація головного слова кожною з наведених окремих конструкцій, що видно з рис. 5.

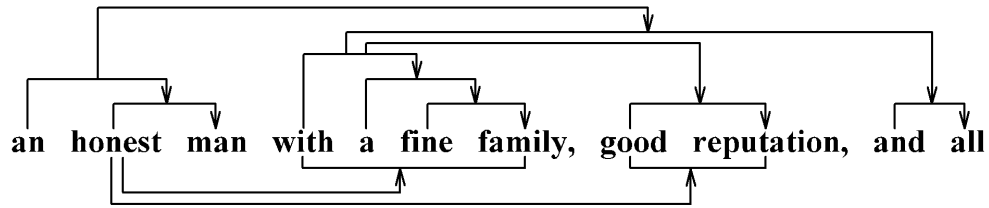


Рис. 5. Постпозиційна незалежна модифікація

Для перевірки незалежності модифікування можна змінити порядок розташування модифікаторів та з'єднати їх сурядним сполучником, наприклад: *an honest man with a good reputation and a fine family*. Інший спосіб перевірки полягає у розміщенні сполучника *with* перед кожною окремою конструкцією у постпозиції, наприклад, *an honest man with a fine family, an honest man with a good reputation*. Зазначені модифікатори виражають характеристику чоловіка, і кожен з них несе окрему інформацію. Таким чином, за допомогою сполучника *with* можна додати ще декілька характеристик, які будуть виражені іменниковим словосполученням, як наприклад: *\*an honest man with a fine family, good reputation, well-paid job, reliable friends, and all*. Як бачимо, кожна конструкція може існувати незалежно від інших модифікуючих конструкцій постпозиції та модифікувати головне слово без їхньої участі. Що стосується сполучника із займенником *and all*, то вони не можуть модифікувати головне слово без участі попередніх модифікаторів, оскільки *all* виражає усі перераховані та ще інші можливі, але невказані, характеристики чоловіка. Якщо воно модифікуватиме головне слово незалежно від попередніх модифікаторів, зміниться семантика речення, оскільки тоді *all* буде виражати не характеристики чоловіка, а слугуватиме для узагальнення інших суб'єктів речення: *He was just Hoppy Du-ree, an honest man with a fine family, good reputation, and all* [14].

У попередньому прикладі нами було зареєстроване незалежне модифікування головного слова кожним окремим конститuentом. У словосполученні з двостороннім розташуванням модифікаторів *a large woman with a plate full of scrambled eggs* [14] постпозиційним модифікатором слугує одне прийменникове словосполучення, яке поширене за рахунок двох іменникових словосполучень всередині його структури. Правостороннє розгалуження модифікації зареєстроване всередині прийменникового словосполучення. Кожне модифікування є семантично взаємозалежним (див. рис. 6).

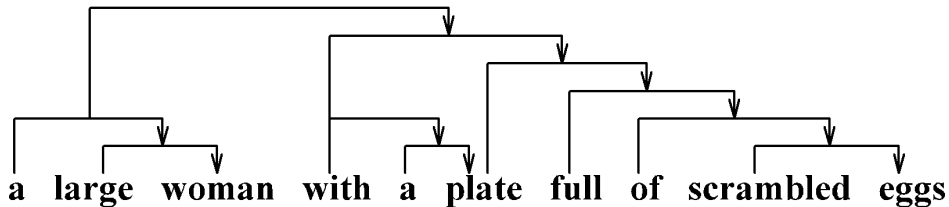


Рис. 6. Двостороння модифікація з прийменниковим словосполученням у постпозиції

Для реєстрації усіх існуючих словосполучень всередині даної конструкції та для визначення взаємозв'язку між її конститuentами, ми побудуємо структуру цього словосполучення за допомогою дерева (див. рис. 7).

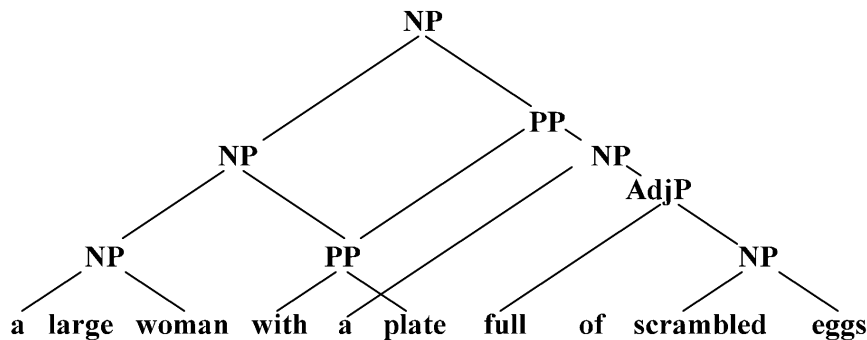


Рис. 7. Схематичне представлення двосторонньої модифікації у вигляді дерева

Постпозиційне прийменникове словосполучення містить у своїй структурі три конструкції – два іменникових словосполучення та одне прикметникове. Жодна з них не може модифікувати головне слово окремо, оскільки

ки кожна з них виступає модифікатором іншої конструкції: *a plate + full of + scrambled eggs = a plate + full of scrambled eggs = a plate full of scrambled eggs*. До препозиційної частини утворене іменникове словосполучення приєднується прийменником *with*: *a large woman + with + a plate full of scrambled eggs = a large woman with a plate full of scrambled eggs*.

Отже, іменниковим словосполученням властива широка лівостороння та правостороння модифікація. У структурі іменникових словосполучень можуть виділятися окремі словосполучення, які модифікують головне слово незалежно від інших модифікаторів конструкції, а також модифікатори, які поширені за рахунок окремих конструкцій, що входять до складу саме модифікатора. У такому випадку прослідковуються структурні та семантичні взаємозв'язки між конститuentами модифікатора як окремої складової іменникового словосполучення. Проведений аналіз іменникового словосполучення на позначення людини у художньому дискурсі показав, що зміна структури словосполучення неможлива без зміни його семантики.

#### Література:

1. Иванова М. Ю. О некоторых тенденциях в образовании именных терминологических словосочетаний (на материале английского и русского языков) / М.Ю. Иванова // Вопросы лингвистики, педагогики и методики преподавания иностранных языков. – Калининград, 2004. – С. 49-54.
2. Калиновська І. М. Структура іменникової фрази та її обумовленість лексико-семантичною групою ядра-іменника (на матеріалі текстів художньої прози англійської мови): автореф. дис. на здобуття наук.ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.04 «Германські мови»/ І. М. Калиновська. – Київ, 2004. – 19 с.
3. Лебедева Г. А. Структурно-семантические связи субстантивных словосочетаний с адьюнктами-прилагательными в препозиции / Г. А. Лебедева // Синтаксические связи и реализация лингвистических единиц в английских текстах. – Куйбышев : КГПИ, 1980. – С. 79-87.
4. Мизак А. А. Субстантивные словосочетания с препозитивным атрибутом в английском языке и соответствующие конструкции в украинском языке: автореф. дис. на соискание научн. степени канд. филол. наук: спец. 10.663 / А. А. Мизак. – Киев, 1969. – 16 с.
5. Эздекова Л. Б. Семантико-синтаксические свойства и типы именных терминологических словосочетаний : На материале экономической терминологии: автореф. дис. на соискание научн. степени канд. филол. наук: спец. 10.02.04 «Германские языки» / Л. Б. Эздекова. – Пятигорск, 2003. – 19 с.
6. Юрьева Е. В. Английские субстантивно-субстантивные словосочетания в стилевой дифференциации языка: автореф. дис. на соискание научн. степени канд. филол. наук: спец. 10.02.04. «Германские языки» / Е. В. Юрьева – Москва, 2009. – 19 с.
7. Biber D. Noun Phrase Modification / D. Biber, J. Grieve, G. Iberri-Shea G. // Studies in English Language. – Cambridge : CUP, 2009. – P. 182-193.
8. van Gelderen E. An Introduction to the Grammar of English / Elly van Gelderen. – John Benjamins Publishing Company, 2010. – 232 p.
9. Gomez I. P. Nominal Modifiers in Noun Phrase Structure: Evidence from Contemporary English / I. P. Gomez // Linguistic Insights. – Series 126. – Bern, 2011. – 216 pp.
10. de Haan P. Postmodifying Clauses in the English Noun Phrase / P. de Haan. – Amsterdam : Rodopi, 1989. – 230 p.
11. Quirk R. A Comprehensive Grammar of the English Language / R. Quirk, Sidney Greenbaum, Geoffrey Leech and Jan Svartvik. – London : Longman, 1985. – 1179 p.
12. Chase J. H. Hit and Run / J. H. Chase. – Hervey Raymond, 1958. – 258 p.
13. Christie A. Mysterious Affair at Styles / A. Christie. – Kessinger Publishing, 2004. – 212 p.
14. Grisham J. The Runaway Jury / J. Grisham. – Random House, 2010. – 496 p.

Мельник Н. М.,

Київський національний університет імені Т. Г. Шевченка. Інститут філології, м. Київ

## ХАРАКТЕРИСТИКА СЛОВОТВІРНОЇ БАЗИ ІМЕННИКІВ ТА ДІЄСЛІВ АВТОМОБІЛЬНОГО СЛЕНГУ

*Стаття присвячена формуванню і вивченню автомобільного сленгу і його функціонування в сучасній українській мові. Модифікація автомобільної терміносистеми впливає на функціонування сленгу в різних формах вираження. Дослідження словотвірних полів іменників і дієслів автомобільного сленгу сприяє поглибленому уявленню про словотвірну систему мови.*

**Ключові слова:** сленг, словоскладання, аббревіація, реверсія, синтаксичні конструкції.

*Статья посвящена формированию и изучению автомобильного сленга и его функционирования в современном украинском языке. Модификация автомобильной терминотерминосистемы влияет на функционирование сленга в разных формах выражения. Исследование словообразовательных полей существительных и глаголов автомобильного сленга способствует углубленному представлению о словообразовательной системе языка.*

**Ключевые слова:** сленг, словосложение, аббревиация, реверсия, синтаксические конструкции.

*The article is devoted to the study of the formation and automobile slang and its functioning in the modern Ukrainian language. Automobile terminological modification affects the functioning of slang in different forms of expression. Field study of word formation of nouns and verbs automobile slang contributes insight into the formative language system.*

**Key words:** slang, word formation, abbreviation, reverse, syntax.

Значущість роботи полягає в тому, що проведені дослідження і його результати можуть сприяти глибшому вивченню і опису сленгу і його функціонування в сучасній українській мові. Вивчення взаємозв'язку семантики і структури мовної бази і способів словотворення іменників і дієслів сленгу сприяє поглибленому уявленню про словотвірну систему даних частин мови.

Відповідно проведено комплексне дослідження словотвірних полів іменників і дієслів автомобільного сленгу, яке дозволило виявити зв'язки і залежності всіх елементів словотвірної системи, а також вплив структурно-семантичних особливостей словотвірної бази на вибір способу словотворення і типів словотвірних значень.

Іменники і дієслова автомобільного сленгу в сучасній українській мові включають різні способи словотворення, а саме: словоскладання, скорочень, аббревіації, афіксації, реверсії, спотвореної вимови або написання, звуконаслідування.

«Словоскладання – спосіб словотворення дво- або кількокореневих похідних – юкстапозитів шляхом поєднання окремих слів чи словоформ» [5, с. 569]. Традиційно в українському мовознавстві словоскладання вирізняють як окремих, самостійний і рівноправний спосіб словотворення [3] («люфт» ліфт, «ричаг нижній» рогатка).

«Абревіація – складне, багатогранне явище, що йде своїм корінням в глибоке минуле. Але перш за все аббревіація – це спосіб створення номінацій для тих понять і реалій, які були спочатку позначені описово, за допомогою атрибутивних словосполучень» [1, с. 204] («рефрижератор» – РЕФ).

Афіксація як спосіб словотворення характерна не лише для термінів, а й для сленгу. Афіксація представлена такими різновидами: суфіксальний, префіксальний та префіксально-суфіксальний. Автомобільному сленгу притаманний суфіксальний спосіб.

Суфіксальний спосіб словотворення притаманний утворенням сленговим лексемам, що позначають автозапчастини: -ик («циліндр двигуна» горщик, «грати захисні (передня)» кенгурятник, «підкладка глушника» бублик, «гумка глушника» будильник, «накладка на бампері (вертикальна)» клик, «регулятор тиску приводу задніх гальм» чарівник, «важіль кріплення передач» солдатик, «шарнір» шарик); -к («колесо рольове» баранка, «сайлентблок рульової рейки» гранатка, – ин («диск нажимний» корзина, «повітрянозабірники» горловина).

«Реверсія – це укорочення основи, з подальшою зміною парадигми, а також граматичного та лексичного значення слова». [2, с. 30].

Одним із способів словотвору є спотворення вимови або написання, звуконаслідування («регулятор напруги інтегральний» пігулка, «спойлер» хвіст, «опора важеля КПП» чебурашка, «фланець повітряного фільтру (на карбюраторі)» черепаха, «труба глушника (роздвоєна)» штани, «покажчик рівня масла» цуп, «шарнір рульового інструменту» яблуко, «стойка стабілізатора» яйце, «тормоз» якір).

У утворенні іменників і дієслів сленгу важливу роль грає метафора. «Метафора – троп, побудований на вживанні слів у переносному значенні на основі подібності за кольорами, формою, призначенням» [4, с. 44].

Словотвірна база іменників і дієслів сленгу представлена основами і словоформами різних частин мови.

Лексика автомобілістів притаманні називні речення: «подушка двигуна» гітара, «циліндр двигуна» горщик, «повна комплектація автомобільного салону» повний фари, «маленька машина» капсула смерті.

Синтаксичні конструкції автомобільного сленгу реалізуються в системі загального сленгу, що відображає комунікативний зміст мовців в формі висловлювань. Специфічна форма і значення слів відображає внутрішні особливості цієї групи. Сленг виникає аби конструкції, які викликають складність при вимові зробити більш простими і зрозумілими. Економія мовних засобів, редукція мови, спрощення словосполучень, саме така система створює логічну і довершену систему словотворення лексем спрощеного характеру.

Лексика працівників автомайстерень насичена здебільшого не термінологією, а спрощеною формою вимови – сленгом.

Значну групу субстантивних основ складають кореневі основи. В складних основах представлені невелике число. Дієслівні основи представлені морфологічною структурою, що є кореневою.

Дієслівні основи мають чотири ознаки: дієслів дії, сприйняття і комунікації.

Субстантивні основи, що беруть участь в утворенні дієслів автомобільного сленгу до їх складу входять: іменники, що називають дії.

Характеристика сленгу дає можливість сформулювати дефініцію сленгу, як нестандартної, розмовної, рухливої, експресивної лексики, що має жартівливий відтінок.

Віднесення лексичних одиниць до того або іншого пласта розмовної мови викликає труднощі, оскільки останнім часом спостерігається тенденція розширення норми української мови, внаслідок чого фамільярно-розмовна лексика увійшла до стандарту і стала нормативною, а сленг стає усе більш відкритим, внаслідок чого велика кількість носіїв мови вважає сленг правомовою.

Деякі дослідники ототожнюють поняття «жаргон» і «сленг», хоча варто говорити про схожість понять, тому, що збіг характеристик. Для опису розмовної мови автомобільної сфери традиційно використовують термін «жаргон», що останнім часом замінює термін «сленг».

В такому випадку сленг вступає в тісний контакт з вульгаризмами, оскільки має нестандартний характер і грубуватий відтінок.

В роботі був використаний метод польових досліджень, де головним завданням було зібрати сленгові одиниці в сфері автомобільного простору. Було опитано людей різного віку і статі, серед яких можна виділити такі соціально-вікові групи: автослюсарі та автоелектрики станцій технічного обслуговування автомобілів нижньої ланки управління; майстрів, начальників дільниць, інженерів середнього рівня управління; керівники підприємств вищої ланки управління; автовласники.

В даному випадку зафіксовано і опитано людей різної освіти. Здебільшого професійно-технічна освіта (автоелектрики, автослюсарі, водії автобусів, водії маршрутної таксі, водії таксі), вища освіта (майстри, інженери, начальники відділів, начальники дільниць, керівники автотранспортних підприємств) і окрема група фіксується, до якої належать представники різних соціальних пластів (автолюбители).

Найуживаніші сленгові одиниці: «автоматична коробка передач» *автомат*, «двигун» *движок*, «сигналізація» *сингалка*, «кондиціонер» *кондішен*, «запаска» *пігулка*, «повна комплектація автомобільного салону» *повний фарш*, «посигналіти» *пофокать*, «круїз-контроль» *автопілот*, «мікроавтобус» *мікрік*, «негарна машина» *шарабайка*, «стара, не доглянута машина» *драхла*, «кермо» *баранка*, «сидіння водія та пасажирів» *сидушка*, «аварійний сигнал автомобіля» *аварійка*, «задня частина автомобіля» *задок*, «передня частина автомобіля» *передок*, «бардачок передньої панелі автомобіля» *косметичка*.

Лексика, якою здебільшого користується обмежене коло людей (автослюсарі, автоелектрики): «ротор розподільника запалення» *бігунок*, «втулка» *тулоб*, «люк без електроприводу» *вертоліт*, «втулка задньої балки» *гриб*, «спойлер (нижче бампера)» *губа*, «корпус повітряного фільтру» *каструля*, «вставка пружини» *круг жорсткості*, «пильник виделки зціплення» *корабель*, «рукоятка (для запуску двигуна)» *кривий стартер*, «захист підкрильників» *локер*, «опора стойки» *люстра*, «склопідіймач (механічний)» *м'ясорубка*, «сайлентблок переднього амортизатора» *горіх*, «клапан (ресівр)» *пердон*, «насос водяний» *помпа*.

Отож, автомобільний сленг постійно еволюціонує, що слугує поповненням і розвитком словника автомобільного сленгу.

#### Література:

1. Алексеев Д. І. Абревіатури як новий тип слів / Дмитро Іванович Алексеев // Розвиток словотвору сучасної російської мови. – М., 1977. – С. 107, 202-205, 302-307.
2. Беляева Т. М. Словообразовательная потенция, валентность и активность глагольных основ в английском языке: автореф. докт. диссертации / Т. М. Беляева. – Л., 1974. – 34 с.
3. Ганич Д. І. Словник лінгвістичних термінів / Д. І. Ганич, І. С. Олійник. – Київ : Вища школа, 1985. – 360 с.
4. Пономарів О. Д. Стилїстика сучасної української мови: підручник / Олександр Данилович Пономарів. – К. : Либідь, 1993. – 248 с.
5. Українська мова: Енциклопедія / НАНУ; Ін-т мовознавства ім. О. О. Потебні НАНУ; Редкол.: Русанівський В. М., Тараненко О. О., Зяблюк М. П. та ін. – 2-вид., виправлене і доповнене. – Київ : Українська енциклопедія ім. М. П. Бажана, 2004. – 824 с.

*Mykhaylenko V. V.,  
Bukovyna State University of Finance and Economics, Chernivtsi*

## SEMANTIC SHIFTS OF LEXEMES IN DISCOURSE

*Стаття присвячена впливу дискурсу (художнього, економічного та архітектурного) на семантику лексичних одиниць. При взаємодії семантики лексеми та дискурсу відбуваються певні пересуви у структурі лексичного значення складової дискурсу. Лексеми ceiling і floor змінюють позиції компонентів у структурі свого значення, функціонуючі у трьох типах дискурсу.*

**Ключові слова:** лексема, компонент значення, семантичний пересув, дискурс, компонентна структура, міжкультурна комунікація, концепт.

*Статья посвящена влиянию типа дискурса (художественного, взаимодействия семантики лексемы и дискурса) происходят определённые сдвиги в структуре лексического значения составных дискурса. Лексемы ceiling и floor меняют позиции компонентов в структуре своего значения, функционируя в трёх типах дискурса.*

**Ключевые слова:** лексема, компонент значения, семантический сдвиг, дискурс, компонентная структура, межкультурная коммуникация, концепт.

*The paper is focused on the influence of the discourse (fiction, economics, architecture) upon the semantics of lexical units. The correlation of semantics of lexemes and discourse causes definite shifts in the meaning structure of lexemes as constituents of discourse. The lexemes ceiling and floor reshuffle the positions of their components while functioning in the three types of discourse.*

**Key words:** lexeme, component of lexical meaning, semantic shift, discourse, component structure, cross-cultural communication, concept.

Globalization, democratization, rapidly changing technology continually transform our complex and interconnected world, demanding of each of us to respond to new challenges and opportunities. Therefore, the problems of language and society, language and culture, language and personality [1, p. 64-72] came back at the end of the XX-th century after being ousted by structural linguistics. Until now language philosophy and linguistics tended to analyze linguistic competence as the speakers' ability to use and understand single sentences without much taking into consideration their ability to contribute to conversations. Similarly, speech act theory tends to study isolated illocutionary acts performed by using sentences in single contexts of utterance. However, it is clear that speech acts are seldom performed alone in the use of language. On the contrary, speakers perform their illocutionary acts within entire discourses where they are most often in verbal interaction with other speakers who reply to them and perform in turn their own speech acts with the collective intention of conducting a certain type of conversation. Above all, the use of language is a *social form of linguistic behaviour*. It consists, in general, of ordered sequences of utterances made by several speakers who tend by their verbal interactions to achieve common goals such as discussing news, coordinating their joint action, negotiating or more simply exchanging greetings. Could we enrich current speech act theory so as to develop a more general but equally powerful theory of discourse? Could we make a reasoned typology of conversations and analyze adequately their conditions of success.

The language study began to answer the questions how to represent the world view and the correlation of speaker and language. Due to the scientific paradigm change «from the language structure to the language for the speaker's needs» the human comes to the centre of the language study. We investigate the language to reveal the human's ability to express his/her relationships with the society and the world. Consequently, language must be explored in the framework of human sciences – psycho-linguistics, cognitive psychology, sociolinguistics, cognitive linguistics, ethnic linguistics which correlating can develop new trends in language studies [2, p. 20-25]. In the process of cross-cultural communication the universal cognitive features of discourse generating and interpreting are employed as well as the culturally specific ones referring to ethnic cultural characteristics of an individual language and society, for example, presuppositions based on the traditions and beliefs in the way of life, categorizing the worldview, architectural style and economic order [4, p. 35-58].

A discourse is where language is used which relates to particular social practices. **Discourse analysis – the study of spoken and written language in its social and psychological context.** They shape attitudes, behaviour and power relations of the people involved. Some types of discourses are: general; racial; political; medical; economic; environmental and law/ legal. Discourse may be understood in a few different ways. For one, it may simply refer to the manner in which individuals and groups communicate. On a deeper level, it may symbolize the systems of thoughts and beliefs that determine how individuals understand and interpret the world. Due to the social political order in the country discourses may differentiate between two major types: authoritative (e. g.: news articles without comment section and in political speeches and tv interviews in which there is no interactivity) and democratic (e. g.: a politician's blog open for comments or tv discussions in which the reporter is knowledgeable). The first type can be described as one-way communication. The participants build they can be also divided into discourse instead of only asking and answering. This is two-way communication. People notice patterns and we interpret the world in light of archetypes, repetitions, and symbols.

We seek to increase our understanding of diverse cultures, expand our competence in various languages, and investigate the impact of as well as the creative potential contained in established and emerging languages for specific purpose. It may promote our multilingual proficiency and intercultural understanding. While communication may be recognized as a universal phenomenon, distinctions—ranging from word-order to naming—undoubtedly remain as they help to define culture and develop language. Yet, little is understood about the similarities and differences in languages around the world.

The goal of this paper is to examine semantics of two lexemes: *ceiling* and *floor* functioning in professional (economic) discourse (ED) from cross-linguistic and cross-cultural perspectives. The adjective *Cross-cultural* in the research title is not just limited to national contexts but also includes a cross-disciplinary perspectives. Comparisons and parallels are established with three written discourses: General (GD), Architecture (AD), and Economics (ED). General or National discourse refers to forms of communication that occur at a national level, though it can also be used to indicate topics and subjects that are considered of national importance. Verbal forms of expression can range from face-to-face contact between individuals at a national political debate, to large-scale events like rallies. There are additional forms of verbal communication that take place on television, such as news broadcasts and press conferences that provide information and outlets for ideas. The research methodologies used in the studies are varied from the componential analysis to discourse analysis and they offer an overview of the diversity and richness of approaches to various registers of discourse [3, p. 3-10]. It is hoped that the paper appeals not only to students but also to confirmed scholars interested in cross-linguistic and cross-cultural aspects of ED. It will also be of interest to language teachers or teachers who are involved with e. g. international students (economics majors) and academic mobility.

Let's begin with the lexeme *ceiling* which developed from Middle English *celing* ← *celen*; the first known use was in 1535. The lexical meaning of *ceiling* includes 5 components: 1. a. The upper interior surface of a room; b. Material used to cover this surface; 2. Something resembling a ceiling: a ceiling of leaves over the arbor; 3. An upper limit, especially as set by regulation: wage and price ceilings; 4. a. The highest altitude under particular weather conditions from which the ground is still visible; b. The altitude of the lowest layer of clouds; c. Absolute ceiling; 5. *Nautical* The planking applied to the interior framework of a ship.

Thus in the first dictionary entry the components – upper interior of the room, the material of the upper interior of the room, like a ceiling (metaphoric usage), upper point on the scale, upper point in geography, and the planking of the interior framework of a ship. Then we shall compare the given components with the ones in the Merriam Webster Dictionary: *ceiling* -1. a. the overhead inside lining of a room; b. material used to ceil a wall or roof of a room; 2. something thought of as an overhanging shelter or a lofty canopy (a *ceiling* of stars); 3. a. the height above the ground from which prominent objects on the ground can be seen and identified; b. the height above the ground of the base of the lowest layer of clouds when over half of the sky is obscured; 4. a. absolute ceiling; b. service ceiling; 5. An upper usually prescribed limit (a *ceiling* on prices, rents, and wages). Both sets coincide, the nautical component is not revealed, though it can join the first component. However three differential features are observed in both sets of GD. The dominant component in the lexical meaning of *ceiling* must be «*roof*», therefore the lexeme *ceiling* reveals the dominant component «*roof*» in the General discourse.

When functioning in the discourse the lexeme «*ceiling*» reveals the dominant component «*the top interior finish of a room which hides the structure and support of the roof*». In AD ceilings can be painted, *stuccoed*, carved, or covered with tin plate, gold, or sculpture. Consequently, this dominant component refers the lexeme *ceiling* to the Architecture/Construction discourse.

The lexeme «*ceiling*» used in the Economics discourse realizes the dominant component «*the maximum level permissible in a financial transaction*». Ceiling refers to the highest point on the price scale, the maximum interest rate, or the largest of some other factor involved in a transaction, for example: the interest rate ceiling on a credit card is the highest interest rate that could be charged for purchases, cash advances, penalty APR, etc. An adjustable rate mortgage (ARM) might include an interest rate ceiling; the maximum interest that the mortgagor would be allowed to pay. Ceilings are intended to keep prices, interest rates, rents, charges, debts and other financial transactions under certain levels. Examples include bond issuers who may cap the amount of interest they would be willing to pay; investors who attach a price ceiling or limit to a position order; maximum rents allowable for certain properties; or debt ceilings, the amount of debt above which an entity can no longer borrow, as issued by local, state or federal governments.

The componential analysis of the lexical meaning revealed the component «*highest component*» as the dominant one for three types of discourse. We suppose that this component can help verbalize the concept of «*highest point*» in the Anglophone world view.

The lexeme «*floor*» developed from O. Eng. *flor*, a word common to many Teutonic languages, cf. : Dutch *vloer*, and Ger. *Flur*, a field, in the feminine, and a floor, masculine), with the meaning «*the lower horizontal surface of a room*». The lexeme «*floor*» can express the opposite of «*ceiling*» in the Anglophone world view and it can actualize the components of : a. The surface of a room on which one stands; b. The lower or supporting surface of a structure; 2. a. A story or level of a building; b. The occupants of such a story: The entire floor complained about the noise; 3. a. A level surface or area used for a specified purpose: a dance floor; a threshing floor; b. *Basketball* The court viewed as the playing area for taking free throws, in contrast to the foul line; 4. The surface of a structure on which vehicles travel; 5. a. The part of a legislative chamber or meeting hall where members are seated and from which they speak; b. The right to address an assembly, as granted under parliamentary procedure; c. The body of assembly members: a motion from the floor; 6. The part of a room or building where the principal business or work takes place, especially; a. The area of an exchange where securities are traded; b. The part of a retail store in which merchandise is displayed and sales are made; c. The area of a factory where the product is manufactured or assembled; 7. The ground or lowermost surface, as of a forest or ocean; 8. A lower limit or base: a pricing floor; a bidding floor (The Free Dictionary). The component «*surface*» or «*area*» takes the dominant position in the lexical meaning structure of «*floor*» when functioning in GD.

Let's compare the definition selected from The Free Dictionary with the other one from Merriam Webster «*floor*»: 1. the level base of a room; 2. a. the lower inside surface of a hollow structure (as a cave or bodily part); b. a. ground surface <the ocean *floor*>; 3. a. a structure dividing a building into stories; *also* : story; b. the occupants of such a floor; 4. the surface of a structure on which one travels <the *floor* of a bridge>; 5. a. a main level space (as in a stock exchange or legislative chamber) distinguished from a platform or gallery; b. the specially prepared or marked area on which indoor

sports events take place; *c.* the members of an assembly <took questions from the *floor*>; *d.* the right to address an assembly <the senator from Utah has the *floor*>; 6. a lower limit : base. Here one can see the dominant component «surface/platform» In GD the component «level base of a room» is a differentiative one; in AD it is «*a platform structure dividing a building into stories*».

The lexeme *floor* in Architecture Discourse reveals the component «*the first structure built on top of the foundation*» (In platform framing, the first structure built on top of the foundation is the first floor; this floor is used as a platform on which to fabricate the first tier of stud walls).

In the conceptual system of «Economics» the lexeme «floor» retains the component «low level/limit» which is the opposite of the «level/limit» – high. Thus then given opposition «low(-est) : high(-est)» remains the constant value in the individual as well as the societal world view. This thesis is proved by a semantic representation of the concept «limit» in the discourse registers under study. Cf. the definition of ‘*floor*’: the lowest acceptable limit as restricted by controlling parties. Floors can be established for a number of factors, including prices, wages, interest rates, underwriting standards and bonds. Some types of floors, such as underwriting floors, act as mere guidelines while others, such as price and wage floors, are regulatory constraints that restrict the natural behavior of free markets. A price floor is the lowest price that a government allows a good to be sold for. In the absence of a price floor, the free market equilibrium price might be lower. Minimum wage is an example of a wage floor (Investopedia).

Though the component «flatness» (General Discourse) in the meaning of the lexeme «*floor*» is not realized in the Economics Discourse, wherein the component «value» is revealed. In Architecture Discourse «the lexeme «*floor*» has the dominant semantic component – «ground base/ platform». However in the three discourses under study the lexeme «*floor*» realizes the component «lowest limit». In Economic Discourse it loses the component «*flatness*», instead it actualizes the component «*point*» likewise the lexeme «*ceiling*» also actualizes the component «*point*» which is located on the vertical scale: «the lowest point (floor) a → the highest point (ceiling)».

#### References:

1. Воркачев С. Г. Лингвокультурология, языковая личность, концепт: становление антропоцентрической парадигмы в языкознании / С. Г. Воркачев // Филологические науки. – 2001. – № 1. – С. 64-72.
2. Красных В. В. Этнопсихолінгвістика і лінгвокультурологія: Курс лекцій / В. В. Красных. – М. : ИТДГК «Гнозис», 2002. – 284 с.
3. Шеина И. М. Межкультурная коммуникация как проявление лингвистического и культурного опыта: автореф. дисс... докт. филол. наук. : 10.02.20. – М. : МГУ, 2010. – 53 с.
4. Bagby Lewis. Mikhail Bakhtin's Discourse Typologies: Theoretical and Practical Considerations / Lewis Bagby // Slavic Review. – Vol. 41. – No. 1. – Spring, 1982. – Pp. 35-58.



Мойсеєнко С. М.,

Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут», м. Київ

## СТИЛІСТИКО-СИНТАКСИЧНІ ЗАСОБИ ФОРМУВАННЯ АНГЛІЙСЬКОГО КОМП'ЮТЕРНОГО ДИСКУРСУ

*Стаття присвячена висвітленню питання стилістичних прийомів та виражальних засобів, які вживаються в комп'ютерному дискурсі англійської мови.*

**Ключові слова:** комп'ютерний дискурс, комунікація, стилістичний прийом, виражальні засоби.

*Статья посвящена освещению вопроса стилистических приемов и выразительных средств, которые употребляются в компьютерном дискурсе английского языка.*

**Ключевые слова:** компьютерный дискурс, коммуникация, стилистический прием, выразительные средства.

*This article covers an issue of stylistic methods and expressive means which are used in computer discourse of the English language.*

**Keywords:** a computer discourse, communication, stylistic methods, expressive means.

Значна частина сучасних дослідницьких робіт у лінгвістиці присвячена моделюванню дискурсу, як перспективному засобу вивчення цієї суперечливої сутності. Аналізом дискурсу займалися такі філологи як Н. Ковальова, П. Зернецький, П. Паршин, Н. Миронова, Н. Алма, Н. Арутюнова, О. Федорова та багато інших. Зокрема, в наш час широкому дослідженню піддається комп'ютерний дискурс, завдяки тому що він є невід'ємною частиною сьогоденного спілкування.

У статті *дискурс* розглядається з позицій комунікативного мовознавства і визначається як надфразова єдність, складне синтаксичне ціле, яке є процесом мовленнєвої діяльності, що являє собою синтез вербального, невербального та паралінгвістичного у комунікації, та результатом цієї діяльності; тобто дискурс визначається як текст, що знаходиться в межах реальної комунікації.

На сьогоднішній день значна частина спілкування між людьми відбувається за допомогою електронних систем, в тому числі і за допомогою Інтернет-мережі. Тому доречно буде охарактеризувати поняття «комп'ютерного дискурсу».

Це явище можна трактувати двояко. З одного боку, «комп'ютерний дискурс» – це будь-яке спілкування в комп'ютерній мережі, за допомогою використання особливого типу сигналів – електронних сигналів комунікації. В цьому випадку дослідник абстрагується від самого змісту спілкування і звертає увагу тільки на канал передачі інформації. З іншої сторони, комп'ютерний дискурс можна визначити як спілкування на комп'ютерну тематику. При цьому важливим є саме зміст комунікації, а не канал її передачі. Наприклад, усну розмову про комп'ютери можна віднести до цього типу дискурсу.

Таким чином, беручи до уваги обидва підходи, в даній статті ми будемо розглядати *комп'ютерний дискурс* як спілкування звичайних користувачів чи комп'ютерних спеціалістів безпосередньо між собою або в Інтернет-мережі. При цьому комп'ютерне спілкування можна розділити на індивідуально-орієнтоване (листування за допомогою електронної пошти, e-mail) та статусно-орієнтоване (участь в конференціях).

Комп'ютерний дискурс має багато спільного з явищем масової комунікації, але не можна сказати, що він співпадає з нею повністю, оскільки комп'ютерна комунікація на відміну від масово-інформаційної є взаємно спрямованою, при цьому її тексти мають персональний характер.

Мовна експресія в усьому різноманітті властива не лише звукам, словам і їх граматичним формам, але ще більшою мірою синтаксичній організації мови. До стилістичних характеристик комп'ютерної комунікації належать історично сформовані принципи наукового діалогу та певний рівень дипломатичного етикету, в якому відображені культурні традиції учасників спілкування [1, с. 14]. Для передачі експресивності висловлювання та власних емоцій користувача в комп'ютерному дискурсі використовуються символи та виражальні засоби, які дозволяють контролювати рівень взаєморозуміння між учасниками спілкування. Зупинимося детальніше на синтаксичних особливостях досліджуваного дискурсу.

Практично усі елементи в синтаксисі несуть виразне навантаження, маючи формальну виразність структури. Стилiстика комп'ютерного дискурсу виявляє схильність до варіативності початкових синтаксичних структур і можливим способам їх варіювання. Існує ділення синтаксичних стилістичних засобів на синтаксичні виражальні засоби і синтаксичні стилістичні прийоми.

**Виражальні засоби на синтаксичному рівні** є синтаксичними моделями речень, які несуть додаткову логічну або експресивну інформацію, яка сприяє підвищенню прагматичної ефективності висловлювання і мови в цілому.

Відповідно до типів трансформацій початкової моделі усі виражальні засоби можна розбити на три групи:

- 1) виражальні засоби, ґрунтовані на редукції початкової моделі;
- 2) виражальні засоби, ґрунтовані на експансії початкової моделі;
- 3) виражальні засоби, ґрунтовані на зміні порядку слідування компонентів початкової моделі [4, с. 21].

Стосовно комп'ютерного дискурсу ми розглядаємо його синтаксичні особливості, виходячи з того, що учасники цього спілкування прагнуть встановити і підтримувати скорочену комунікативну дистанцію, що є найважливішим параметром розмовного реґістра спілкування.

Представляють інтерес ті параметри комп'ютерної комунікації, з яких виходить, що їй властиві наступні моменти: конкретний партнер, диференційовані стосунки співрозмовників, яскраво виражена суб'єктивність (на-

явність вставних конструкцій, емоційно-оцінних утворень), вирішальна реакція слухача, неофіційна сфера застосування, переважно побутова тематика, мінімальна підготовленість мови (спонтанні фрагменти висловлювань, спрощеність логіко-дискурсивних формальних моделей, розрахунок на те, що співрозмовник здогадається про зв'язок подальшого тексту з попереднім по ситуації), порушена логічна стрункість, слабка скучність етикетки, слабка міра абстракції, сильна ситуативна залежність, значні паралінгвістичні чинники, необов'язкова структурна завершеність, часткова вираженість, стихійний імпульс розвитку.

В кожному жанрі комп'ютерного спілкування існує система норм, найбільш важливі з яких виражені вербально. Чинник логічної стрункості представлений в комп'ютерному спілкуванні варіативно: якщо це он-лайн листування друзів, то її логічна стрункість виражена мінімально, якщо ж це репліка на комп'ютерній конференції, то логічність аргументації вважається дуже важливим параметром. Міра абстрагованості змісту бесіди також може бути різною – від флірту до філософських проблем. Питання про паралінгвістичні чинники фактично знімається в комп'ютерному спілкуванні, якщо не враховувати графічні засоби вираження. Так, «смайлики» замінюють певний вираз обличчя або інтонацію.

Розглянемо деякі синтаксичні особливості комп'ютерного дискурсу. У досліджуваному матеріалі звертає на себе увагу часте використання вставних конструкцій, еліптичних речень, повторів, паралельних конструкцій [3, с. 27].

*Вставна конструкція* – вставка, оформлена як граматично незалежна від речення, в структуру якого вона входить. Синтаксична ізольованість вступної конструкції виражається в комп'ютерному дискурсі емпатичними засобами – дужками.

У текстах комп'ютерного дискурсу (наприклад, комп'ютерних конференцій) такі конструкції, як правило, розташовуються всередині або кінці речення:

You can also compare what happens when other people (perhaps at another company) use different techniques (though no one actually does this).

Такі конструкції можуть бути окремими словами, словосполученнями, простими, складносурядними і складнопідрядними реченнями, наприклад:

It's not completely clear to me whether is a priori principle or is supposed to be just an application of (I think you will have to say it is a priori).

Виразальні засоби комп'ютерного дискурсу також можна розглянути з прагматичної точки зору. Прагматико-дискурсивні характеристики – це способи організації дискурсу з точки зору перерахування елементів, підтримки контакту з учасником спілкування, регулювання одиниць, а також різні між текстові конектори або зв'язки [2, с. 10].

Досить поширеним у комп'ютерному спілкуванні є метод *перерахування*, завдяки чому виникає уявлення про впорядковану аргументацію. При цьому виділяються різні варіанти, наприклад: The first thing is..., First of all...; On the one hand..., On the other hand...; First..., Then..., Finally...; Further...; Further more... та ін.

Важливою характеристикою комп'ютерного дискурсу є прагнення отримати відповідну реакцію від співрозмовника, цієї мети можна досягти за допомогою багаторазового використання *спонукальних фраз*, що залучають учасників конференції до спілкування: If I'm wrong about this, please correct me..., If this is wrong I would like to know..., Any ideas...?, Any one has any ideas on..., suggestions.... ?

Експресивність є одним із засобів підвищення впливовості будь-якого комп'ютерного жанру, що є однією з головних задач комп'ютерного дискурсу. Одним із широковживаних синтаксичних засобів експресії є *еліптична синтаксична конструкція*. Це явище мови, що в перекладі з грецької означає «опущення», «випадіння», пов'язує з економією мовних засобів. Мінімальне використання засобів мови, що забезпечується еліптичними синтаксичними конструкціями, сприяє економному розташуванню повідомлення на папері чи на екрані монітора.

Аналіз мовного матеріалу показав широке використання еліптичних речень у заголовках газетних та журнальних статей на комп'ютерну тематику. Характерним є те, що найчастіше такі речення мають форму запитання, наприклад: «Fancy a fantasy space flight?»; «Looking for the right digital deal?». Такі квесетивні еліптичні конструкції володіють іллокутивною силою спонукування та привертають увагу адресата.

Компактність еліптичних речень у комп'ютерному дискурсі зумовлює високу частотність використання цих конструкцій. Еліпсис фокусує увагу адресата на найбільш важливу інформацію у реченні, що може досягатися випущенням:

1) підмета: Type, click and talk!

2) присудка: Netplan Easy Kit – from as little as £215.

«Випадіння» одного із членів речення надає еліптичним конструкціям яскравості та примітності.

Лаконічність та експресивність текстів різних жанрів комп'ютерного дискурсу досягається також за допомогою номінативної синтаксичної конструкції. В корпусі таких речень можна виділити односкладові *номінативні речення*: «Computers. Protection» та прийменникові номінативні речення, наприклад: «In the computer shop».

Для жанрів комп'ютерного дискурсу характерний такий засіб вираження експресії як *повтор*. В основі повтору як психологічного явища лежить психологічний феномен репродукування знань, який виступає засобом встановлення нових відношень у предметі, а також мобілізує увагу, сприйняття та пам'ять реципієнта на адекватне розуміння повідомлення. Комплексне вживання повторів грає текстотвірну роль у будь-якому жанрі комп'ютерного тексту, тому що забезпечує їх функціонування як змістовно та структурно зв'язних єдностей. Функціонування повторів на текстовому рівні сприяє реалізації прагматичної настанови жанрів комп'ютерного дискурсу, що викликає зацікавлення реципієнта у отриманні інформації.

Одним із напрямків сучасної лінгвістики є вивчення засобів і способів зв'язку самостійних речень, а також надфразових єдностей, способів їхнього об'єднання у фрагменти і цілі мовленнєві акти. Предметом синтаксичної стилістики також є вивчення особливостей функціонування стилістичних прийомів в контексті надфразової

єдності, абзацу і цілого тексту. Взаємодія моделей речення в даних контекстах надає емоційне і експресивне значення відрізкам мовлення, котрі вони утворюють.

Можна виділити три групи синтаксичних прийомів синтаксису:

- взаємодія синтаксичних конструкцій в контексті (паралелізм, хіазм, анафора, епіфора);
- транспозиція значення синтаксичної конструкції в контексті (риторичне питання);
- транспозиція значення способів зв'язку (парцеляція, сурядність замість підрядності і підрядність замість сурядності).

В жанрах комп'ютерного дискурсу зустрічається *синтаксичний паралелізм*, для якого характерне тотожне або схоже розташування елементів мови в суміжних частинах тексту, однакова побудова речень: Shoes have a shoebox. Suits have a garment bag. Even eggs have a carton to protect them. And most important, the Cisco Self-Defending Network surrounds every customer transaction with layers of protection. Every data source. Every purchase. Every identity. It's a must-have.

Варто зазначити, що часто вживаними у жанрах комп'ютерного дискурсу є такі види повтору як *анафора*, тобто повторення тих самих слів, речень на початку двох або суміжних рядків, наприклад: «Grammar checkers are applications that attempt to check more than just spelling. Grammar checkers are a step beyond spell checkers, but they are still not a substitute for a human editor. «та *епіфора*, тобто повтор останнього слова в реченні на початку іншого: «Finally, we have the plotters. Plotters use ink and fine pens held in a carriage to draw very detailed designs on paper». «The future of hard drives may be hybrid hard drives. Hybrid hard drives combine a magnetic hard disk and flash memory into one device».

Дослідження мовного матеріалу виявило високу частотність сполучення паралелізму з анафорою, експресивність якого допомагає утримати, закріпити в пам'яті читача надану інформацію. Так, наприклад, у реченнях: «Robot eye for surgery. Robot surgery for eye. «реалізується експресивний відтінок легкості та комфорту.

Особлива ритмічність та експресивність досягається за допомогою *парцеляції* – прийому експресивного синтаксису, що характеризується розчленуванням єдиної синтаксичної структури – речення на дві, або більше кому-нікативні самостійні одиниці, виокремленні на письмі крапкою, наприклад:

- 1) Baffled by computer-speak? Take Buzz, the instant remedy to jargon;
- 2) Just cut... And paste!;

Отже, експресивність комп'ютерного жанрів досягається за допомогою різноманітних синтаксичних конструкцій (словосполучень та речень), які забезпечують лаконічність та емоційність вираження думки, що, в свою чергу, привертає увагу адресата та створює бажаний емоційний настрій у читача/слухача.

До основних виражальних засобів комп'ютерного дискурсу належать: еліпсис, номінативні речення, повтор, перерахування, вживання спонукальних фраз.

Дослідження стилістичних прийомів вираження експресії в комп'ютерному дискурсі на синтаксичному рівні дозволило виокремити паралелізм, анафору, епіфору та парцеляцію.

#### Література:

1. Зернецкий П. В. Коммуникационные стратегии: классификационный аспект // Методологии исследования политического дискурса: актуальные проблемы содержательного анализа общественно-политических текстов. – Минск : БГУ, 2000. – 382с.
2. Кондрашов П. Е. Компьютерный дискурс: социолингвистический аспект: Автореф. дис.... канд. филол. наук. – Краснодар : КубГУ, 2004. – 19 с.
3. Степанов Ю. С. Между системой и текстом – дискурс // Степанов Ю. С. Язык и метод. К современной философии языка. – М. : Языки русской культуры, 1998. – 688с.
4. Рожанский Ф. И. Эмотиконы (замечания об одной семиотической системе) / Ф. И. Рожанский // «Конь дареный». Труды Междунар. семинара Диалог'2000 «О компьютерной лингвистике». – М. : Диалог'2000. – 378 с.

**Монахова Т. В.,**  
Національний університет «Києво-Могилянська академія», м. Київ

## МОДЕРНІЗМ ЯК СТРАТЕГІЯ ТЕКСТОТВОРЕННЯ

*Пропонована стаття розглядає змістове наповнення поняття «модернізм» у розумінні його як стратегії текстотворення. Визначено основні тактики: порушення мовних табу, ігрові звертання, активізація лексичних запозичень.*

**Ключові слова:** модернізм, порушення мовних табу, ігрові звертання, активізація лексичних запозичень.

*В предлагаемой статье рассматривается содержание понятия «модернизм» в понимании его как стратегии текстообразования. Определяются основные тактики: нарушение языковых табу, игровые обращения, активизация лексических заимствований.*

**Ключевые слова:** модернизм, нарушение языковых табу, игровые обращения, активизация лексических заимствований.

*The present article discusses the concept «modernism» as a text-building strategy. There are defines of the basic tactics: the violation of linguistic taboos, game vocatives, activation of lexical borrowings.*

**Key words:** modernism, the violation of linguistic taboos, game vocatives, activation of lexical borrowings.

Стратегічне текстотворення – це свідоме продукування текстів, яке відрізняється від будь-якого адресного мовлення не тільки чіткою попередньою настановою мовця викликати прогнозовану емоційну реакцію реципієнта з подальшою його активністю відповідно до поставленої мети, а й характеризується вживанням непрямих тактик мовленнєвого впливу та конкретних вербальних прийомів відповідно до світоглядних позицій мовця.

Звукити надто широке й надто соціальне поняття до лінгвістичного терміна – завдання непросте. Воно потребує чіткої таксономії і конкретних дефініційних ознак. Мета цієї статті – визначити модернізм як одну зі стратегій текстотворення, яка активно продукує дискурси в сучасній українській мові. Для реалізації мети розв'яжемо такі завдання: з'ясуємо загальноживане значення цього складного суспільно-культурного концепту, а далі визначимо деякі лінгвістичні способи його реалізації, тобто тактики.

Проблема вивчення модернізму активно розроблена літературознавцями, культурологами, істориками мистецтва. Потреба відпрацювати власне лінгвістичний підхід до цього явища зумовлює актуальність цієї розвідки.

Модернізм у простій формі тлумачать як нове мистецтво. «Сучасне мистецтво», «мистецтво модернізму», «новітнє мистецтво» – у цих словах вже присутня оцінка: поняття «сучасний» на рівні буденної свідомості злам тисячоліть – синонім хорошої якості. Й саме тому, що словом «модернізм» так часто називають всю культуру ХХ століття, текстові має передувати – хоча б найзагальніше – визначення головного терміна. Модернізм – передовісім система нових «художніх кодів»... вкорінена у відкриттях класичного авангарду. Під «авангардом» розуміємо період «революційного» становлення новітнього мистецтва ХХ століття, суб'єктивно побудованого на запереченні» [2, с. 8-9]. Оксана Забужко стверджує, що загальний дискурс модернізму включає ряд окремих дискурсів: європеїзму, або західництва (адже модернізм як інтелектуальна система завжди зорієнтований на Захід), сучасності (адже модерність співвідносить себе насамперед з часом), інтелектуалізму, антинародництва, індивідуалізму, фемінізму, зняття культурних табу, зокрема у сфері сексуальності, деканонізації, формалізму в критиці й інтересу до формальної сторони твору тощо [3, с. 22].

Початок модернізму пов'язують з появою 1902 року книги впливового італійського філософа Бенедетто Кроче «Естетика як наука про виродження і загальна лінгвістика», в якій було обґрунтовано домінуючу експресію, художності над копіюванням дійсності, підбито підсумки колишніх досягнень у мистецтві й стверджено необхідність формального пошуку [2, с. 32]. Модернізм у мистецтві, зокрема в літературі, розвивався поетапно, набуваючи все нових прикмет. «Очевидно, що модернізми 10-х, 20-х, 40-х і 60-х мали свої специфічні дискурси. Водночас їх об'єднує певна тяглість естетичних завдань, художньої практики й теоретичної риторики, що можна довести на рівні інтертекстуальності» [3, с. 12].

Часто під терміном «модернізм» розуміють сукупність мистецьких течій та літературних напрямів. У модернізмі виділяють філософське підґрунтя, що об'єднує всі тексти, продуковані цією стратегією: «Окрім символізму, модернізм (модерну) як мистецтво нової, антипозитивістичної орієнтації склали всі художні течії, які стверджували пріоритети мистецтва над мораллю, історією або реальністю взагалі (естетизм, декаданс, імпресіонізм, неоромантизм)» [3, с. 43].

Модернізм як стратегію текстотворення зручно розглядати у порівнянні, ба навіть протиставленні, з першою стратегією – народництвом. Принципові розбіжності щодо світоглядних позицій мовців і розуміння вектора розвитку України призводять до певного конфлікту між народництвом і модернізмом: «...конфлікт двох поглядів і художніх принципів – народництва (що передбачало українськість, патріотизм, популізм – аж до хуторянства, закритість культури, консервативність, реалізм, зображення народного життя) і модернізму (відповідно європеїзму, космополітизму, інтелектуалізму, відкритості культури, демократизму, естетизму, зображення життя інтелігенції). Однак між двома парадигмами існує ще одна ключова опозиція – жіночого і чоловічого, або феміністичного і патріархального...» [3, с. 68-69].

Отже, якщо народництво – це традиційний патріархальний патріотичний український дискурс, то модернізм – це відкритість до запозичень (від культурних до мовних), руйнування штампів попередніх епох, активізація жіночого дискурсу та гендерних студій загалом.

Витоки модернізму дослідники вбачають у прагненні адресантів створити новий тип тексту для впливу на читачів (адресатів): «У прагненні збагнути нову реальність митці відмовилися від принципів реалізму, що в нових обставинах виявився неадекватним методом. Почалися численні експерименти з формою. Т. С. Еліот замість нарративного методу запропонував для модерного мистецтва міфологічний, що, на його думку, здійснив Джеймс Джойс. Міф мав стати основою єдності художнього тексту, яку модерністський твір часто втрачав у пошуку глибшого й ширшого відображення складності життя» [3, с. 17].

Ключове протистояння народництва й модернізму криється також в інтенціях мовців, полягає у ставленні до зовнішньополітичної орієнтації України, у протиставленні національної інтровертності національній екстравертності: «Якщо українськість у народників часто виступає синонімом культурної ізоляції, то «Європа» є символом вільнішого й різноманітнішого літературного розвитку» [3, с. 41]. Ще з часів Мистецького Українського Руху пошук національного став на порядку дня у відповідь на вимоги інтернаціоналізму, пошук світового звучання – у відповідь на радянську політику колоніальної провінціалізації української літератури [3, с. 285].

Модернізм як філософія ставив перед культурними діячами безліч завдань, серед яких був і злам мови, а через мову – традиційної культури. Аналізуючи мовлення українських літературних модерністів ХХ століття, Соломія Павличко зазначає: «Вербальний експеримент, руйнування старої мови на цьому етапі тільки передчувається й готується. Костецький вживає колосальну кількість неологізмів, прагнучи не копіювати живу мову, а творити її. Але вони ще зрозумілі. В його тексті є так само фрагменти, які наближаються до потоку свідомості. Крім того, він ще залишається патетичним і, безперечно, страждає на словесний нарцисизм, котрий нічого не дає ні самому авторові, ні тому «взъкому гуртові читачів», якому його твори адресувалися» [3, с. 354]. Дослідниця переказує теоретичні засади модернізму Костецького: «Модерне мистецтво – це мистецтво символів, знаків. Саме це – його головна мова, а не та національна мова, якою пишеться твір» [3, с. 367]. Мова Костецького набагато штучніша навіть за штучну мову Павнда, надмірність неологізмів перекладу часто не відповідає стилеві оригіналу, в якому складність образів парадоксальним способом поєднується зі словесним аскетизмом, пошуком точності [3, с. 370].

Реалізація модернізму як стратегії текстотворення в сучасній українській мові відбувається через запровадження певних мовних тактик, тобто основних принципів побудови дискурсу.

Тривале табування певних тем, лексико-семантичних груп, номінацій якихось явищ і процесів в українській культурі спричинило закріплення традиції моральної та мовної цнотливості українського етносу. Сексуальність, тілесність, нецензурна лексика завжди були закритими темами для публічного обговорення чи вжитку, а тому зовсім не представлені в художньому, публіцистичному та решті функціональних стилів української мови. Єдиним осередком порушення табу був розмовно-побутовий стиль. **Порушення мовних табу** в художньому, публіцистичному, навіть науковому стилях – одна з тактик стратегії модернізму.

У мовній стратегії модернізму **ігрові звертання** також перетворюються на тактику. Термін «мовна гра» вперше вжив Л. Вітгенштайн у своїй праці «Філософські дослідження» [1], розуміючи під цим терміном спосіб, за допомогою якого діти опановують першу мову. Нині під мовною грою розуміють будь-яке свідоме відхилення від мовних норм для створення комічного чи естетичного ефекту. Мовну гру протиставляють мовленнєвій помилці, яку спричиняють не усвідомлено, через незнання. Мовна гра завжди контекстна, ситуативна, свідомо, прагматична, адресна.

Звісно, зменшено-пестливі форми звертань завжди були наявні в розмовному стилі, однак коли звертання починають виконувати роль засобу створення комічного, привертають увагу до себе, випадають із загальної тональності дискурсу, не відповідають комунікативній ситуації, вони стають прикметою модернізму. Ігрові звертання все частіше функціонують у розмовно-побутовому стилі сучасної української літературної мови.

Але чи не найприкметнішою ознакою стратегії модернізму є **активізація лексичних запозичень**. Цей процес є вельми активним, оскільки інформаційно-технічний розвиток суспільства, загальносвітова глобалізація та інші культурно-політичні вектори диктують необхідність міжнародних контактів, а звідси – міжмовної інтерференції з домінуванням визнаної міжнародною англійської мови. Відкритість і активне впровадження в сучасну українську мову іншомовних лексем свідчать про вживання однієї з тактик модерністської стратегії текстотворення.

Докладна розмова про кожну з окреслених тактик модерністської стратегії текстотворення та інших, не зазначених тут, тактик і детальний аналіз відповідних мовних прийомів кожної становлять перспективу нашого наукового дослідження.

### Література:

1. Вітгенштайн Л. Філософські дослідження / Л. Вітгенштайн // Вітгенштайн Л. Tractatus logico-philosophicus; Філософські дослідження. – К. : Основи, 1995. – С. 87-309.
2. Герман М. Ю. Модернізм. Искусство первой половины XX века / М. Ю. Герман – 2-е изд., испр. – СПб. : Издательский Дом «Азбука-классика», 2008. – 480 с.
3. Павличко С. Дискурс модернізму в українській літературі: Монографія / С. Павличко – 2-ге вид., переробл. і доп. – К. : Либідь, 1999. – 447 с.

**Мохненко О. П.,**

Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут», м. Київ

## КОНФЛІКТ ЯК ОБ'ЄКТ ФОНЕТИЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

*У статті на основі огляду існуючих результатів наукового пізнання феномену конфлікту в комунікації обґрунтовано необхідність вивчення закономірностей та особливостей просодичного оформлення конфліктного дискурсу. Наголошено на необхідності урахування встановлених у філософії, соціології та психології провідних факторів, що впливають на зміну динаміки перебігу конфліктного діалогу як соціально-комунікативного явища.*

**Ключові слова:** конфлікт, ефективність спілкування, конфліктний діалог, гармонійне спілкування.

*В статті на основі огляду існуючих результатів наукового пізнання феномену конфлікту в комунікації обґрунтовано необхідність вивчення закономірностей та особливостей просодичного оформлення конфліктного дискурсу. Підкреслено необхідність урахування встановлених у філософії, соціології та психології провідних факторів, що впливають на зміну динаміки протекання конфліктного діалогу як соціально-комунікативного явища.*

**Ключевые слова:** конфликт, эффективность общения, конфликтный диалог, гармоничное общение.

*On the basis of a review of existing results of scientific study of conflict in communication the author has justified in the article the necessity to study the peculiarities and regularities of conflict discourse prosodic organization. The author has accentuated on the importance of taking into account the leading factors established in philosophy, sociology and psychology, which influence the modifications in the dynamics of conflict dialogue as a socio-communicative phenomenon.*

**Key words:** conflict, communication efficiency, conflict dialogue, harmonious communication.

**Постановка наукової проблеми та її значення.** Конфлікт як ситуація, у якій одна сторона намагається зайняти позицію, несумісну з інтересами іншої, є характерним і для суспільних груп, і для окремих особистостей у всіх сферах людської діяльності. Соціальна значущість дослідження природи конфліктів та конфліктних ситуацій змушує займатися породжуваними ними проблемами широкое коло дослідників таких галузей знання, як психології, соціології, філософії та інших наук нелінгвістичного циклу. Це свідчить про актуальність розгляду сутності і механізмів урегулювання конфліктних ситуацій не тільки з позицій спеціалістів з конфліктології, а також і з погляду дослідників-фонетистів.

Проте, незважаючи на велику кількість робіт, присвячених конфліктній взаємодії (див., напр., [19; 23; 31; 35] та ін.), конфліктний діалог довгий час залишався поза науковими інтересами лінгвістів через його ненормативність і неетичність. Це можна пояснити тим, що внаслідок вивчення конфліктного діалогу не як виду взаємодії комунікантів, а як відхилення від норм, можливості його об'єктивного аналізу значно звужувалися. Саме в силу зазначених причин це явище є недостатньо вивченим з фонетичного боку.

Тому метою цієї статті є виявлення особливостей психо-соціального феномену конфлікту як об'єкта фонетичних досліджень шляхом огляду результатів його наукового пізнання.

### **Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження.**

Дослідження явища конфлікту почалися з філософії. Так, відомо, що воно описувалося філософами ще в епоху античності [24] та середньовіччя [25], Нового часу [8] і сучасності [34].

Цілком природно тому, що з ХХ століття конфлікт стає об'єктом дослідження не лише філософії, а й психології [1; 20], соціології [15], правознавства [4], педагогіки [14], математики [11], політології [29] та інших наук. З часом відбулося залучення проблематики конфлікту і до мовознавчих студій [7; 17; 19].

Узагальнюючи відомі визначення під час подальшого викладу, ми будемо вважати, що під конфліктом слід розуміти *зіткнення різнонаправлених сил (цінностей, інтересів, поглядів, цілей, позицій) суб'єктів, сторін взаємодії, протиставлення протилежно направлених мотивів (потреб, інтересів, цілей, ідеалів, переконань) або суджень (думок, поглядів, оцінок)* [12, с. 10], *найгостріший спосіб вирішення протиріч, які виникають у процесі взаємодії суб'єктів конфлікту, що зазвичай супроводжується негативними емоціями* [1, с. 84]. Крім того, певні властивості конфлікту, проходячи крізь призму концепцій і методів різних областей знання, набувають специфічного відтінку.

Наприклад, у психології існує досить широке розуміння конфлікту як зіткнення, протидії, протиріччя, виду спілкування, ситуації незнайденого виходу, типу конкурентної взаємодії і т. ін. [Там само, с. 52].

На відміну від цього, в соціології (див., напр., [15, с. 6]) конфлікт трактують як загострення соціальних протиріч, унаслідок якого в одних умовах стимулюється організація системи, в інших – вона стає дезорганізованою, а отже руйнується.

Найбільш сталими у вивченні закономірностей зародження, розвитку та врегулювання конфліктів є філософський, психологічний, соціологічний, релігійний, правознавчий, педагогічний, математичний, політологічний, лінгвістичний, психолінгвістичний, лінгводидактичний, комунікативно-дискурсивний та ряд інших аспектів. Це пояснюється мабуть тим, що конфлікт є багатостороннім, одночасно розвиваючим і руйнуючим явищем, що відображає діалектику життя [20, с. 23], та залежно від результату вирішення, він може бути стимулом до змін і поштовхом до прогресу чи мати негативні наслідки.

У праці [Там само, с. 24] також наголошується, що основою виникнення конфліктів є наявність соціальних відносин між окремими індивідами, у межах будь-яких колективів, груп, сімей, класів, націй тощо. До причин конфліктів відносяться, як правило, прагнення до рівності; неможливість індивіда реалізуватися у суспільстві; агресивність індивіда й натовпу; несумісність цілей учасників комунікації; невідповідність між можливостями

суб'єкта й умовами, у яких він діє. Крім того, автори враховують такі джерела породження конфліктів, як протиріччя у знаннях, уміннях, особистих якостях; емоційних, психічних станах; технологічних, економічних процесів; цілях, засобах, методах діяльності; мотивах; поглядах, переконаннях; розумінні, інтерпретації інформації; очікуваннях, позиціях; оцінках, самооцінках.

Наведемо типовий приклад конфліктного діалогу, що породжується прагненням з боку батьків до рівності та протиріччям їх поглядів з поглядами директора школи. Цей приклад соціального конфліктного діалогу (фільм «Skin» режисера Е. Фабіана) взятий із ситуації, в якій директор школи, де навчаються лише діти білих людей, повертає до батьків їх схожу на мулатку дочку.

– Sandra's been reclassified by colour. She may no longer attend the white school.

– Are you mad? She's our child! What are you going to do next? Reclassify my wife and me as well?

З огляду на мету нашого дослідження виникає також необхідність більш ретельного розгляду наукових здобутків лінгвістики. Це цілком закономірно, позаяк на сучасному етапі дослідження міжособової комунікації зумовило активне вивчення конфліктного дискурсу лінгвістами, оскільки протиріччя в оточуючому світі знаходять своє безпосереднє відображення у мові й мовленні. Отже, конфліктні ситуації мають впливати на фонетичні, лексичні, граматичні, стилістичні особливості мовлення, а також на комунікативні стратегії спілкування.

Мабуть, саме тому вітчизняні та зарубіжні лінгвісти підходять до вивчення проблеми ведення діалогів у всій її багатовимірності та поліаспектності, зокрема, займаються дослідженням загальної теорії діалогу [27], діалогічного та монологічного мовлення [16], особливостей побудови діалогів: граматичних [18], лексичних [2; 5], стилістичних [13], невербальних [28], просодичних [23] та ін.

Низка лінгвістів вивчає дискурсивну взаємодію індивідів, а саме: теорію дискурсу [21], текст і дискурс [3], дискурс як мисленнєво-комунікативну діяльність [33], конструювання гендеру в англійському дискурсі [22] та ін.

У лінгвістиці досліджують також сімейний [23], професійний [19] та побутовий [26] конфлікти. Вивчається мовний [30] і мовленнєвий конфлікт [30; 17]. Визначаються стратегії і тактики конфліктного дискурсу [26; 31], будуються типологія конфліктів [13], вивчається поведінка мовленнєвої особистості в конфліктних ситуаціях [26].

При цьому розглядаються такі пов'язані з конфліктною комунікацією мовленнєві жанри, як сварка, осуд, звинувачення, образа [5]. У науковців викликають інтерес і проблеми, пов'язані із виникненням конфліктів на основі взаємодії мови й суспільства [35], мови і культури [32].

Більш того, об'єктом дослідження лінгвістів стає конфліктність мовних одиниць. Так, у праці [2, с. 232] йдеться про конфліктність метафори, оскільки вона утворюється шляхом схрещування, гібридизації двох концептів – рівності і подібності. Останні є відмінними за своїм логічним статусом [Там само, с. 246-247], позаяк рівність є незалежною від людини, подібність суб'єктивна; рівність формує образ, подібність – концепт. Саме на грані між цими двома поняттями, як відзначає автор, утворюється метафора, при чому подібності надається вигляд рівності.

Представниками психолінгвістики [9, с. 148] конфлікт визначається як мовленнєве зіткнення, що базується на агресії. В основі комунікативного конфлікту, на їх думку, лежить прагнення одного з комунікантів зняти психологічну напругу, чому передують відчуття пригнічення внаслідок порушення одним із партнерів норм поведінки.

Важливим поняттям у дослідженні конфліктів постає «ефективність спілкування» [30, с. 35], яку Г. П. Грайс розглядає як вплив мовця на слухача, що дозволяє зрозуміти намір мовця [10, с. 225]. При цьому, залежно від поставленої комунікантом мети, він розрізняє ефективне і неефективне спілкування. Виокремлюючи постулати спілкування для досягнення ефективності комунікації, Г. П. Грайс вважає, що найрезультативнішими серед них є постулати кількості, якості, релевантності та способу. Цей перелік перегукується із запропонованим Дж. Лічем принципом увічливості, у межах якого визначаються *постулат такту* (забезпечення зручностей співрозмовника), *постулат великодушності* (турбота про інтереси партнера), *постулат схвалення* (зведення до мінімуму негативної оцінки партнера), *постулат скромності* (мінімальне самовихваляння), *постулат згоди* (мінімальні протиріччя із партнером), *постулат симпатії* (вираження симпатії до співрозмовника) [36, с. 132].

У праці [30, с. 37] підкреслюється, що, на жаль, у конфліктній ситуації не завжди дотримуються норми гармонійного спілкування. Так, на думку Т. Н. Колокольцевої, причинами порушення зазначених норм стають конфронтативність мовленнєвих стратегій і тактик співрозмовників; відсутність зацікавленості предметом розмови; використання неприйнятної тональності мовлення; відсутність ефективного результату комунікативного акту та інше [17, с. 169]. У комунікації можуть виникати конфлікти внаслідок вияву протиріч двох сторін, їх цілей, поглядів, інтересів [30, с. 31].

Взаємодія комунікантів породжує зіткнення, причиною яких можуть бути мовленнєві дії, що не відповідають загальним принципам комунікації, виробленим у процесі життєдіяльності представниками певного соціуму. Ці мовленнєві дії, як відзначає В. С. Третякова, відображають ненормативні індивідуальні особливості комунікативної поведінки. Тому серед причин конфлікту вона виокремлює нерозуміння чи неправильне сприйняття мовних знаків. Мовний конфлікт відбувається ще й тоді, коли комунікант зумисне здійснює мовленнєві дії, щоб образити, звинуватити, принизити співрозмовника.

Механізмами мовної і мовленнєвої репрезентації конфліктів В. С. Третякова вважає намір адресанта використати вербалізований засіб, який певним чином образить честь адресата; неадекватні захисні дії адресата; різниця у комунікативних настановах комунікантів; відмінності у їх фоні знаннях; використання мовних засобів, які ображають адресата; порушення норм спілкування та ін. [Там само, 50-51].

Отже, комунікація включає в себе значно більше, ніж лише обмін інформацією, оскільки у процесі спілкування комуніканти не залишаються кожен у своєму вимірі, що пояснюється зближенням партнерів або добровільною асиміляцією мовленнєвої поведінки одного з партнерів. У цьому аспекті доцільно згадати Т. Є. Владимірову, яка вважає, що існує певне комунікативно-прагматичне поле спілкування, а також загальний фонд думок,

ідей, переживань [6, с. 218], інакше кажучи, партнери, не втрачаючи своєї індивідуальності, асоціюють себе із єдиним «ми» [7, с. 31].

Не залишаються також поза увагою лінгвістів зміни комунікативних ролей мовців у діалозі, зокрема зміна комунікативних ролей внаслідок перебивання співрозмовника, плавна зміна комунікативних ролей і зміна комунікативних ролей після паузи [Там само, с. 36]. Поштовхом до таких змін можуть слугувати просодичні, паралінгвістичні, синтаксичні та інші засоби [21, с. 191].

**Висновки.** Проведений таким чином огляд свідчить, що під час вивчення закономірностей та особливостей просодичного оформлення конфліктного дискурсу доцільно насамперед урахувати встановлені у філософії, соціології та психології провідні фактори, що впливають на зміну динаміки його перебігу як соціально-комунікативного явища. До цих факторів є сенс віднести соціокультурні рівні мовців, існування певного комунікативно-прагматичного поля їх спілкування, можливість зміни комунікативних ролей мовців, психологічні типи мовців, їх професійна приналежність, соціальний рівень конфліктів, причини та рівні їх виникнення.

#### Література:

1. Анцупов А. Я. Конфликтология: Учебник для вузов / А. Я. Анцупов, А. И. Шипилов. – М. : ЮНИТИ, 2000. – 551 с.
2. Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека / Н. Д. Арутюнова. – М. : Языки русской культуры, 1999. – 896 с.
3. Архипов И. К. «Знак-предмет» и знак-ситуация: текст и дискурс / И. К. Архипов // Текст и дискурс. Проблемы экономического дискурса: сб. науч. ст. – СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2001. – С. 46-58.
4. Арцибасов И. Н. Право вооруженных конфликтов / И. Н. Арцибасов, И. И. Лукашук. – М. : Наука, 1992. – 297 с. – (Курс международного права в 7 томах; Том 6; Отрасли международного права).
5. Баранов А. Г. Формы языковой игры / А. Г. Баранов // Человек играющий: язык, личность, социум. – М– Тверь: ИЯ РАН, 1998. – С. 5-11.
6. Владимирова Т. Е. Призванные в общение: Русский дискурс в межкультурной коммуникации / Т. Е. Владимирова. – М. : КомКнига, 2007. – 304 с.
7. Волкова О. С. Прагмалингвистические особенности межличностного общения в коммуникативной ситуации «бытовой конфликт»: на материале английского языка: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / О. С. Волкова. – Волгоград, 2009. – 188 с.
8. Гоббс Т. Левиафан / Т. Гоббс. – М. : Мысль, 2001. – 478 с.
9. Горелов И. Н. Основы психолінгвістики: учебное пособие / И. Н. Горелов, К. Ф. Седов. – М. : Лабиринт-Пресс, 2004. – 304 с.
10. Грайс Г. П. Логика и речевое общение / Г. П. Грайс // Новое в зарубежной лингвистике. – М. : Прогресс, 1985. – Вып. 16. – С. 217-237.
11. Дружинин В. В. Введение в теорию конфликта / В. В. Дружинин, Д. С. Канторов, М. Д. Канторов. – М. : Радио и связь, 1989. – 288 с.
12. Емельянов С. М. Практикум по конфликтологии / С. М. Емельянов. – [3-е изд., перераб. и доп.]. – СПб. : Питер, 2009. – 384 с.
13. Ермакова О. П. Вербализованная ирония в естественном диалоге / О. П. Ермакова // Русская разговорная речь как явление городской культуры. – Екатеринбург : Арго, 1996. – С. 64-73.
14. Жутикова Н. В. Учителю о практике психологической помощи: [кн. для учителя] / Н. В. Жутикова. – М. : Просвещение, 1988. – 176 с.
15. Здравомыслов А. Г. Социология конфликта / А. Г. Здравомыслов. – М. : Аспект-Пресс, 1996. – 487 с.
16. Калита А. А. Интонация констатирующих высказываний в английской монологической и диалогической речи (Экспериментально-фонетическое исследование): дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / А. А. Калита. – К., 1984. – 218 с.
17. Колокольцева Т. Н. Специфические коммуникативные единицы диалогической речи / Т. Н. Колокольцева. – Волгоград: Издательство Волгоградского государственного университета, 2001. – 260 с.
18. Колшанский Г. В. Коммуникативная функция и структура языка / Г. В. Колшанский. – М. : Наука, 1984. – 175 с.
19. Кудоярова О. В. Дискурсотворча роль теми у професійному конфліктному спілкуванні англomовних медиків (на матеріалі персонажного мовлення): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.04 «Германські мови» / О. В. Кудоярова. – Харків, 2007. – 20 с.
20. Ложкин Г. В. Практическая психология конфликта: Учеб. пособие –2-е изд., стереотип. / Г. В. Ложкин, Н. И. Пьявель. – К. : МАУП, 2002. – 256 с.
21. Макаров М. Л. Основы теории дискурса / М. Л. Макаров. – М. : ИТДГК «Гнозис», 2003. – 280 с.
22. Мартинюк А. П. Конструювання гендеру в англomовному дискурсі / А. П. Мартинюк. – Харків : Константа, 2004. – 292 с.
23. Пеліван О. К. Просодичні засоби реалізації ввічливості / неввічливості в англomовному конфліктному діалогічному дискурсі (експериментально-фонетичне дослідження на матеріалі англomовних фільмів): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.04 / О. К. Пеліван. – Одеса, 2010. – 23 с.
24. Платон. Собрание сочинений: В 4 т. / Платон. – М. : Мысль, 1993. – Т. 3. – 353 с.
25. Роттердамський Е. Похвала Глупоті / Е. Роттердамський. – [вид. 2-е]. – К. : Основи, 1993. – 320 с.
26. Седов К. Ф. Типы языковых личностей и стратегии речевого поведения (О риторике бытового конфликта) / К. Ф. Седов // Вопросы стилистики. – Саратов, 1996. – Вып. 26. – С. 8-14.
27. Соловьева А. К. О некоторых общих вопросах диалога / А. К. Соловьева // Вопр. языкознания. – 1965. – №6. – С. 103-110.
28. Солощук Л. В. Невербальні аспекти матримоніального діалогічного дискурсу / Л. В. Солощук // Вісник СумДУ. – Серія «Філологія». – №1. – 2008. – С. 96-104.



29. Сорель Ж. Размышления о насилии / Ж. Сорель; [пер. с фр. под ред. В. М. Фриче]. – Москва : Красанд, 2011. – 168 с.
30. Третьякова В. С. Речевой конфликт и гармонизация общения: дис. ... доктора филол. наук: 10.02.01 / В. С. Третьякова. – Екатеринбург, 2003. – 301 с.
31. Фадеева О. В. Стратегії й тактики конфліктного дискурсу (на мат. суч. англ. мови): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.04 «Германські мови» / О. В. Фадеева. – К., 2000. – 18 с.
32. Фролова І. Є. Вербалізований конфлікт в контексті культури / І. Є. Фролова // Вісник СумДУ. – №11 (95). – 2006. – Том 2. – С. 77-82.
33. Шевченко І. С. Дискурс як мисленнєво-комунікативна діяльність / І. С. Шевченко, О. І. Морозова // Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен; під загальн. ред. Шевченко І. С.: монографія. – Харків : Константа, 2005. – С. 21–28.
34. Шемякин Я. Г. Этнические конфликты: цивилизационный ракурс / Я. Г. Шемякин // Общественные науки и современность. – 1998. – №4. – С. 49.
35. Ladmiral J.-R. Pour une psychosociologie du conflit linguistique / J. -R. Ladmiral // Langues et conflits. – Nanterre, 1987. – P. 196-198.
36. Leech G. N. Principles of Pragmatics / G. N. Leech. – London : Longman, 1983. – 250 p.

Назмєєва Н. А.,

Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне

## МЕТАМОВНА ІНФОРМАТИВНІСТЬ НАВЧАЛЬНОЇ ІНСТРУКЦІЇ В АНГЛОМОВНОМУ МЕТОДИЧНОМУ ДИСКУРСІ

*В основу статті покладений аналіз формулювань навчальних інструкцій з автентичних англомовних джерел; проаналізовано основні механізми викладу метамовної інформації.*

**Ключові слова:** навчальна інструкція, метамовна інформативність, адресат, адресант.

*В основу статті положен аналіз формулювань навчальних інструкцій з автентичних англоязычних джерел; проаналізовано основні механізми викладу метаязыкової інформації.*

**Ключевые слова:** учебная инструкция, метаязыковая информативность, адресат, адресант.

*The article is based on the analysis of exercises from authentic English sources; it elucidates the main mechanisms of the presentation of metalinguistic information value.*

**Key words:** exercise, metalinguistic information value, addressee, addresser.

Навчальна інструкція є засобом передачі інформації від адресанта (тобто автора, викладача, інструктора) до адресата (студенту). Інформація про навчальний об'єкт оформлюється як складне синтаксичне ціле (надфразова єдність) у композиційній організації навчальної інструкції. Відповідно до мети, інформація може містити опис морфологічних, фонетичних, лексико-семантичних особливостей мовних одиниць та правила оперування ними, а також виклад окремих аспектів побудови висловлювання, короткі відомості про лінгвостилістичні параметри текстів різних жанрів та стилів, тобто метамовну інформацію. Інколи навчальна інструкція частково виконує функцію граматичного довідника або коментаря, однак, на відміну від названих елементів методичного апарату підручника, метамовна інформація несе узагальнюючий та лаконічний характер. Прагматичною метою подібних інформативних блоків у структурі навчальної інструкції є стимулювання розумової діяльності адресата та активізація вже існуючих базових лінгвістичних знань, релевантних для виконання даного завдання. Розглянемо приклади:

*These symbols, or emoticons, are used in e-mails and chat rooms to suggest feelings....*

*Read the title of the text. It is a summary of what you are going to read. Read the text once quickly to get the general meaning. Read the text again. Pay attention to the words before/after each gap. These will help you decide what word is missing. Missing words can be adverbs, articles, modal/auxiliary verbs, conjunctions, prepositions, pronouns, phrasal verbs etc. the word that you choose must be grammatically correct and make sense in the context. When you have filled in the gaps read the text again to see if it makes sense.*

З аналізу фактичного матеріалу можна зробити висновок, що вибір мовних засобів для оформлення блоків метамовної інформації зумовлений орієнтацією на не носія англійської мови. Автор навчальної інструкції намагається перш за все забезпечити доступність та наочність викладеного матеріалу і в загальних рисах підсумувати та передати суть того чи іншого граматичного матеріалу. Намагання адресанта до узагальнення і типізації проявляється на усіх рівнях мовної структури. На морфологічному рівні засобом узагальнення виступає форма дієслова у теперішньому часі (*the Present Indefinite Tense*). На синтаксичному – переважають конструкції з узагальненим суб'єктом *we, English speakers*. У лексичному плані узагальнений характер подачі інформації акцентується прислівниками *usually, commonly, sometimes, often, normally*, займенниками *some, other*, прикметником *usual*, словосполученням *different kind(s) of*. Подача граматичної інформації здійснюється із використанням власної лінгвістичної термінології *present indefinite, verb, noun, syllable, object, preposition, vowel, consonant* та ін. і звичайних лексичних одиниць *describe, use, make, a lot of, such as write, read, listen* та ін. Для виділення на думку автора більш важливої інформації можемо спостерігати явище інверсії:

*In pairs, choose the correct explanation, for the idioms in bold. Do these idioms have an equivalent in your language?*

*Focus on form. In pairs, decide how/when the forms on p. 12 describing habits are used.*

Варто також зазначити, що у навчальній інструкції введення спеціального лінгвістичного поняття, як правило, супроводжується контекстуальним поясненням, що ілюструє функціонування того чи іншого граматичного явища у щоденній комунікації. Автор також може використовувати і стратегію конкретизації. Досить часто у текст формулювання навчальної інструкції вводиться експліцитний приклад, що значно полегшує сприйняття адресатом теоретичного матеріалу. Наприклад:

*Think, feel and find can all be used to give and ask for options.*

*In formal English, the verb is inverted after some sentence beginnings. This emphasizes the main point of the sentence.*

*Get / have something done is used when we arrange for someone to do something for us.*

Зауважимо, що комплексна реалізація стратегій конкретизації та узагальнення наближає навчальну інструкцію до науково-популярного стилю, для якого характерним є спрощення наукових теоретичних фактів та застосування контактостановлюючих засобів. У навчальній інструкції комунікація з автором досягається завдяки вживанню займенника *you*:

*Grammar rules tell you what sentences to make, and with whom...*

*When you are learning a new word, find a word in English OR in your own language ...*

Існує ще один вид інформації, що представлений у навчальних інструкціях, які орієнтовані на роботу адресата з текстом. Прагматичною метою такого інформаційного блоку є активізація фонових знань у адресата та формулювання когнітивних пресупозицій, тобто попередніх даних щодо змісту тексту. Отже, виконуючи інформативну

функцію, формулювання навчальної інструкції частково дає зрозуміти адресату звідки та про що буде йти мова. За словами І. Р. Гальперіна: «Своєрідністю такої інтродукції є те, що направляючи думку читача про що буде йти мова, вона не розкриває ні плану розповіді, ні сюжету, ні основної інформації» [1, с. 61]. Інформація такого плану дозволяє адресату розпочати процес когнітивної обробки вже на стадії ознайомлення із завданням або в якості робочої гіпотези. Аналіз фактичного матеріалу показав, що інтродуктивні факти найчастіше вказують на стильову чи жанрову приналежність навчального тексту. Наведемо приклад,

*Read the song by Luis Armstrong. Can you complete any of these lines? Many of the words are from exercise 2.*

*Read the extracts from Time Out. Which things do you think you would enjoy?*

Подібне явище, як правило, супроводжується вказівкою на автора суб'єкта мовленнєвого висловлювання. Когнітивним наслідком вживання у навчальній інструкції такого індикатора є для адресата можливістю прогнозувати параметри варіативності форми та змісту висловлювання залежно від віку чи статі учасників комунікації, соціального статусу та ін.:

*Here are some predictions about the future made by some of our students. Put the verb in brackets into an appropriate future form. Then write four predictions of your own.*

*You will read an article written by a mother whose child started reading later than others. Before you read, in groups discuss the following.*

Не менш важливу роль у активізації фонових знань адресата та прогнозування змісту наступного повідомлення відіграють власні імена, референтами яких є весвітньо відомі люди: історичні особистості, космонавти, діячі науки та культури; назви пісень, періодичних видань, назви організацій, закладів та ін.:

*Listen to the song 'My Way', made famous by Frank Sinatra.*

*Before you read, look at the following words, said by astronaut Neil Armstrong the moment he set foot on the Moon.*

Вважаємо за необхідне зауважити, що формулювання навчальної інструкції може експліцитно вказувати на тематичну орієнтацію тексту, час та місце дії, зазначати певні деталі персонажів. Як правило, різні види інформації подаються у навчальній інструкції у різноманітних комбінаціях. Працюючи із текстом з метою введення нової інформації вживаються розповідні речення у теперішньому часі, тематична частина яких містить опис навчального об'єкту (стаття, текст, реклама), а рематичною частиною є предикат, що описує властивості, характеристики даного об'єкту:

*You are going to read an article about successful people ...*

*You are going to read an extract from an article about confidence building.*

*The poem you have just read is about an old man looking back over his life.*

Наступним засобом передачі нової інформації про навчальний об'єкт у дискурсивному просторі підручника є інтродуктивні речення з *here* та *there*. При цьому його атрибутивні та кількісні характеристики знаходяться у рематичній частині висловлювання:

*Here are some typical children's jokes. ...*

*Here are some other ways of finishing an e-mail or letter. ...*

*Here are some words to describe the taste or texture of things you eat. ...*

Вище наведені фрагменти формулювань навчальних інструкцій сприймаються адресатом як незавершені і потребують подальшого розгортання формулювання шляхом введення установки на вирішення пізнавальних та комунікативних завдань. Це ще раз підкреслює смислову цілісність навчальної інструкції, яка виконує своє комунікативне призначення лише у сукупності всіх функціонально-смислових блоків.

У реченнях з імперативом дієслова *read*, що виступає в якості реми у висловлюванні, референт та його дескрипція займає місце субрематичного компонента через те, що навчальний об'єкт вже частково відомий адресату, оскільки розміщений у рамках загального візуального простору адресата та адресанта.

*Read the story on p. 23 and the phrases below. complete the story with the phrases.*

*Read the article and the brochure on p. 43. Which questions from exercise 2 can you answer? With a partner, answer these questions.*

Деяко по-іншому розташовуються мовні засоби для введення нової інформації у тексті навчальної інструкції для аудіювання. У висловлюванні автор може використовувати розповідні речення із тематичним суб'єктом *you*, а також дієслово *hear* у майбутньому часі. До рематичної частини відносимо деяку дескрипцію навчального об'єкту та його характеристику. Рематична частина дозволяє адресату у максимально інформативній формі дізнатись про зміст тексту, призначеного для прослуховування, та ідентифікувати кількість суб'єктів висловлювання:

*You will hear three people talking about inviting guests home for meal. Listen and complete the chart.*

*You will hear a conversation between two friends talking about a recent trip to Brazil. For questions 1-6, decide which of the following choices A, B or C is the best answer.*

Ще однією синтаксичною структурою, за допомогою якої у формулювання навчальної інструкції вводиться інформація про аудіотекст, це імперативне речення. Таким формулюванням властивий найбільший ступінь інформативного насичення, оскільки вся конструкція містить виключно нову, актуальну для адресату інформацію:

*Listen to two interviews with students of English. Who uses «filler» expressions? Who leaves long pauses in the conversation?*

*Listen to the sentences about Philippe, Keiko, and Mark. Correct the wrong sentences.*

Необхідно також підкреслити і значимість невербальних засобів в інструктивному дискурсі. Адже ілюстративний матеріал теж є важливим у створенні цілісної картини писемного методичного дискурсу. Отже, за характером зв'язку із навчальним об'єктом, що підлягає когнітивній обробці, ілюстраціями у структурі підручника можуть бути малюнки, фотографії, графіки, таблиці, схеми, символи. Подібна графічна репрезентація надає можливість візуально уявити ситуації, суб'єкти, які є предметом навчальної комунікації. У методичному дискурсі їй

належить особливе навантаження, оскільки сприяє по-перше, активізації уваги, по-друге, кращому сприйняттю та запам'ятовуванню і врешті-решт, кращому засвоєнню матеріалу.

Таким чином, інформаційний компонент займає важливу позицію у структурі формулювання навчальної інструкції, оскільки сприяє реалізації комплексного підходу до когнітивної обробки навчального матеріалу. Автор інструкції при викладі метамовної інформації керується стратегіями конкретизації та узагальнення, які проявляються на лексичному та синтаксичному рівнях. Пресупозиційна інформація про навчальний текст містить інформацію про жанрову категорію, короткий зміст тексту та суб'єкта чи суб'єктів мовлення.

#### **Література:**

1. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования. – М. : Наука, 1981. – 139 с. – С. 61.
2. Jefferies Amanda. Clockwise. Advanced Classbook. Oxford University Press. 2001.
3. Liz and John Soars. New Headway Advanced. Student's Book. – Oxford University Press, 2001.
4. Liz and John Soars. New Headway. Intermediate Student's Book. The New Edition. – Oxford University Press, 2002.
5. Sarah Cunningham, Peter Moor. Elementary New Headway. Pronunciation Course. – Oxford University Press, 2002.

**Німенко О. А.,**  
Київський університет імені Б. Грінченка, м. Київ

## СЕМАНТИЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА ДЕСУБСТАНТИВНИХ, ДЕАД'ЕКТИВНИХ І ДЕВЕРБАТИВНИХ ДІЄСЛІВ (на матеріалі німецької мови)

*Статтю присвячено дослідженню семантики похідних дієслів німецької мови. Розглянуто принципи семантичної класифікації дієслівних дериватів: десубстантивних, деад'єктивних, девербативних та проаналізовано їх мотивуючі основи.*

**Ключові слова:** семантика, десубстантивні дієслова, деад'єктивні дієслова, девербативні дієслова.

*Статья посвящена исследованию семантики производных глаголов немецкого языка. Рассмотрены принципы семантической классификации глагольных дериватов: десубстантивных, деадъективных, девербативных и проанализировано их мотивирующие основы.*

**Ключевые слова:** семантика, десубстантивные глаголы, деадъективные глаголы, девербативные глаголы.

*The article is devoted to the research of semantics of derivative verbs of German. It is considered principles of semantic classification of verbal derivatives: denominal, deadjectival, deverbative and analysed their structural-semantic features.*

**Key words:** semantics, denominal verbs, deadjectival verbs, deverbative verbs.

Для характеристики структурно-семантичних властивостей дієслівних похідних треба розглянути особливості семантики мотивуючого слова, словотвірні типи та словотворчі форманти дієслівних дериватів, з'ясувати особливості семантики мотивованого слова.

Утворення похідних дієслів безпосередньо пов'язано з морфологічними, синтаксичними і семантичними властивостями дієслова. Специфіка дієслова як частини мови виявляється в особливостях реалізації дієслівної семантики та системи морфологічних категорій, через валентні характеристики дієслова та його центральне місце у реченні.

У класі похідних дієслів виокремлюються три основні групи: девербативні дієслова (мотивуюче слово – дієслово), десубстантивні дієслова (мотивуюче слово – іменник) і деад'єктивні дієслова (мотивуюче слово – прикметник). З огляду на загальнокатегоріальну семантику дієслова процесуальність, похідні дієслова, творені від іменника, позначають процесуалізацію предмета, ті, що походять від прикметника – процесуалізацію ознаки, утворені від інших дієслів – модифікацію процесу.

Найпродуктивніші способи утворення нових дієслів у сучасній німецькій мові представлено Й. Ербеном у вигляді схеми, яка охоплює як морфолого-синтаксичну, так і семантичну сторону процесу. Утворення дієслів представлено двома основними способами: суфіксальна вербалізація твірного іменника/прикметника та префіксальна модифікація твірного дієслова, рідше твірного іменника/прикметника. Утворення дієслова від іменника/прикметника за допомогою суфікса або префікса визначається синтаксичною позицією мотивуючих у «базовому реченні»: іменник може виконувати роль суб'єкта, суб'єктного предикатива, об'єктного предикатива, об'єкта в Знах. відмінку, прийменникового об'єкта, обставини інструмента дії, обставини місця, прикметник – суб'єктного предикатива, об'єктного предикатива, обставини. У результаті префіксального утворення дієслова мають місце синтаксичні зміни (зміна валентності) та семантичні зміни, до яких належать локально-темпоральні та акціональні (градація перебігу дії). [10, с. 75]

На формування семантики похідного слова значно впливає значення мотивуючого слова, його приналежність до певної лексико-семантичної групи. Десубстантивні дієслова мотивуються іменниками з предметною субстанціональністю, до яких належать антропоніми, фаунаніми, знаряддя праці, предмети побуту, продукти інтелектуальної діяльності, природні явища та іменниками з непередметною субстанціональністю, які позначають психічні і фізичні стани людини, її комунікативну діяльність, суб'єктно-об'єктні відношення, мисленнєві категорії, часову характеристику. [4, с. 87]

Словотвірні моделі десубстантивного дієслова визначаються семантично класом іменника (напр., професія, роль або стан, сфера) та синтаксично його роллю у «базовому реченні», яке виражається через елементарне дієслово або елементарну предикацію. Така класифікація показує, наскільки економно відіменникове дієслово здатне виразити багатоманітні синтаксичні відношення. Тип відношення, що експлікується між мотивуючим і мотивованим словами, стає зрозумілим з характеру нового дієслова і може бути актуалізуючим, імітативним, результативним, локативним, орнативним, привативним, інструментальним. [10, с. 76]

Інша класифікація десубстантивних дієслів Каліушенка В. Д. ґрунтується на типі семантичного зв'язку дієслова з мотивуючим іменником, який виражається через предикатно-актантну структуру, яка представляє створену дієсловом-предикатом та його аргументами ситуацію. Згідно з обраною методикою визначаються п'ять типів десубстантивних дієслів залежно від того, який з елементів ситуації представляє мотивуючий іменник. [12, с. 26-27]

Найпродуктивнішими структурними типами відіменникових дієслів у німецькій мові можна вважати такі [3]:

– безафіксні відіменникові дієслова: Staub → stauben;

– мотивуюче ім'я+префікс+суфікс: Schaden → entschädigen;

– мотивуюче ім'я+префікс: Gold → vergolden.

Мотивуючою базою для деад'єктивних дієслів слугують кореневі і рідше похідні прикметникові основи у позитивному або вищому ступені порівняння: kurz → kürzern, groß → vergrößern. Іноді виникають труднощі з визначенням напряму похідності дієслів, коли похідне слово співвідноситься не з одним мотивуючим (напр., besser → verbessern або bessern → verbessern) [1;7].

Семантична класифікація деад'єктивних дієслів може ґрунтуватися на можливих синтаксичних позиціях мотивуючої бази у еквівалентних реченнях. [11, с. 314-315] Найчисельнішими групами відприкметникових дієслів за своєю семантикою є інхоативні та фактивні дієслова. Інхоативні дієслова співвідносяться з реченням, утвореним мотивуючим прикметником у позиції суб'єктного предикатива та дієслова *werden*: *krank werden* – *erkranken*. Фактивні дієслова виводяться з речень, в яких мотивуюча база виконує функцію об'єктного предикатива при дієслові *etwas machen*: *das Problem deutlich machen* – *verdeutlichen*. Нечисельна група дуративних дієслів (дієслів стану) співвідноситься з реченням з суб'єктивним предикативом при дієслові *sein*: *j-m/etw. gleich sein* – *j-m/etw. gleichen*.

Структурний та семантичний аналіз деад'єктивних дієслів на прикладі групи каузативних дієслів німецької мови зі значенням «наділення ознакою більшою або меншою мірою» здійснений за І. Ступак. [7]

Девербативний словотвір має внутрішньодієслівний, міжкатегоріальний характер. Основними способами творення девербативних дієслів німецької мови є префіксація, суфіксація та словоскладання. Мотивуючими для девербативних дієслів виступають непохідні дієслова, які, як правило, виражають дії, стани, процеси у чистому вигляді, тобто без відтінків. Префікси модифікують значення твірних дієслів, завдяки чому похідні дієслова здатні виражати різноманітні відтінки дій і станів. Семантична модифікація дієслова здійснюється загалом через просторове або часове впорядкування дії та диференціацію її перебігу.

Напрямок модифікації похідного регулюється семантикою твірного дієслова як члена лексико-семантичної системи. Напрямами модифікації девербативних дієслів, на думку Сахарчука Л. І., є локативний, темпоральний та квантитативний. Локативні дієслова вказують на умови протікання дії у просторі (*hineingehen*, *auseinanderfahren*, *auffliegen*), темпоральні дієслова вказують на умови протікання дії у часі, позначаючи початок, тривалість і кінець дії або часове відношення дії до іншої дії (*entbrennen*, *verblühen*, *vorarbeiten*), квантитативні дієслова характеризують дію з кількісної сторони, яка є зовнішнім виявом якості (*abtanzen*, *anbeißen*, *überschreien*). [4, с. 76-79]

Девербативне дієслово зазнає поряд з лексико-семантичною й синтаксичною модифікацією. У результаті префіксації змінюється дієслівна дистрибуція, тобто синтаксична і семантична сполучуваність. Префіксальне дієслово по-іншому визначає структуру речення, ніж непохідне дієслово. [11, с. 289] Девербативні дієслова ефективно виконують текстоорганізуючу функцію. Чим вища інтенсивність події, тим більше девербативних дієслів використовує автор у тексті.

Подальше вивчення десубстантивних, деад'єктивних та девербативних дієслів може бути здійснено шляхом дослідження їх структурної та лексико-семантичної організації в межах різних семантичних груп.

#### Література:

1. Виноградова Р. И. Структурно-семантическая характеристика некоторых производных деадъективных глаголов в современном немецком языке / Р. И. Виноградова // Вопросы семантики и стилия. – Уфа, 1979. – С. 71-76.
2. Жарко С. Ю. Типологія словотвірних значень відсубстантивних похідних: автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.01; Дніпропетр. нац. ун-т. – Д., 2008. – 22 с.
3. Калішченко В. Д. Відіменникові дієслова в німецькій і українській мовах // Вісник Сумського державного університету. Серія Філологія. – 2003. – № 4(50) – С. 82-86.
4. Сахарчук Л. И. Методологические проблемы словообразовательного анализа: (Семантика производ. глагола в нем. яз.) – Киев : Вища шк, 1987.
5. Степанова М. Д. Словообразование современного немецкого языка / Т. В. Строева (ред.). – Изд. 2-е, испр. – М. : URSS. КомКнига, 2007. – 375 с.
6. Степанова М. Д., Фляйшер В. Теоретические основы словообразования в немецком языке. – М. : Высшая школа, 1984. – 264 с.
7. Ступак І. Деад'єктивні каузативні дієслова зі значенням надання ознаки більшою або меншою мірою // Філологічні науки. – 2009. – Випуск 81(1). – С. 27-32.
8. Улуханов И. С. Словообразовательная семантика в русском языке и принципы ее описания. – Изд. 4-е – М. : URSS. ЛКИ, 2007. – 255 с.
9. Duden. Grammatik der deutschen Gegenwartssprache; hrsg. von G/ Drosdowski. – Band 4. – Mannheim, Leipzig, Wien, Zürich: Dudenverlag, 1995.
10. J. Erben. Einführung in die deutsche Wortbildungslehre. Berlin: Schmidt, 2000.
11. Fleischer/Barz. Wortbildung der deutschen Gegenwartssprache. Tübingen: Niemeyer, 2007.
12. Kaliushchenko V. D. Deutsche denominalen Verben. -Tübingen: Narr, 1988. (Studien zur deutschen Grammatik; Bd 30).

**Павлик В. І.,**

Національний технічний університет нафти і газу, м. Івано-Франківськ

### АРХІТЕКТОНІКО-МОВЛЕННЄВІ ФОРМИ ЖАНРУ «ГЛОСА»

*Архітектоніко-мовленнєва форма є важливою характеристикою тексту окремо взятого мовленнєвого жанру. Актуальність обраної теми наукової статті зумовлена загальною спрямованістю сучасних наукових розвідок в галузі лінгвістики тексту на питання дослідження конкретних жанрів певних функціональних стилів у зв'язку з комунікативно-прагматичною переорієнтацією мовознавчих досліджень в галузі тексту. Метою статті є окреслення архітектоніко-мовленнєвої побудови текстів газетного жанру «глоса» у Німеччині.*

**Ключові слова:** жанр «глоса», архітектоніко-мовленнєва форма, інтегральний конструкт, монолог, діалог, чуже мовлення.

*Архитектонико-речевая форма является важной характеристикой текста отдельно взятого речевого жанра. Актуальность выбранной темы научной статьи обусловлена общей направленностью современных научных исследований в области лингвистики текста на вопросы исследования конкретных жанров определенных функциональных стилей в связи с коммуникативно-прагматической переориентацией языковедческих исследований в области текста. Целью статьи является определение архитектурно-речевого построения текстов газетного жанра «глосса» в Германии.*

**Ключевые слова:** жанр «глосса», архитектурно-речевая форма, интегральный конструкт, монолог, диалог, чужая речь.

*Architectonic-speech form is an important text characteristic of a single speech genre. Actuality of the topic chosen for the scientific article is explained by the fact that modern studies in text linguistics investigate specific genres of certain functional styles which is due to the communicative pragmatic reorientation of linguistic research in the field of text. The article aims at outlining architectonic-verbal construction of the newspaper genre «glosse» in Germany.*

**Key words:** genre «glossa» architectonic-speech form, an integrated construct, monologue, dialogue, speech of others

Протягом останніх двадцяти років усе більше прихильників серед лінгвістів знаходить ідея побудови моделі тексту – як тексту взагалі, так і моделі тексту конкретного мовленнєвого жанру. Ідея побудови моделі тексту, або його «інтегрального конструкту», належить І. Петефі, який вважає необхідним побудувати текст-конструкт, загальну ідею тексту, а після цього вивести всі можливі варіанти цього тексту, його паралельно існуючі втілення [4, с. 33].

На відміну від композиційно-мовленнєвих форм (КМФ), які утворюють внутрішню структуру мовленнєвого жанру, архітектоніко-мовленнєві форми (АМФ) утворюють зовнішню конструкцію мовленнєвого жанру [3, с. 119].

В основі архітектоніко-мовленнєвих форм лежать такі взаємозв'язки між учасниками комунікації, як одностороння та двостороння спрямованість. Коли у комунікативно-мовленнєвому акті активність належить відправнику мовлення (адресанту), тоді цей акт здійснюється в монологічній формі. Монолог – це найбільш організований вид мовлення, яке реалізується як у писемній, так і в усній формі [6, с. 393]. Монолог у писемній формі – це оброблена форма мови, продумана до найдрібніших деталей, найбільш багатослівний і точний вид мовлення [3, с. 120].

У випадку участі у мовленні двох або більшої кількості осіб воно здійснюється у діалогічній або полілогічній формі. О.О. Селіванова вважає, що трактування діалогу як спілкування тільки двох осіб є невірним, через просту помилку перекладу (пор.: гр. *dia* – кризь, *di* – два), хоча воно залишається традиційним. Виходячи з цього, полілог – це різновид діалогу. [6, с. 128]. Монологічна та діалогічна форми передбачають різне мовне оформлення. Отже, формами реалізації комунікативно-мовленнєвого акту виступають архітектоніко-мовленнєві форми: монолог, діалог, полілог, а також їхні різноманітні комбінації за допомогою участі у них чужого мовлення.

Чуже мовлення (невласне мовлення) будується на включенні у власне мовлення мовця мовлення іншої особи (чужого монологічного висловлення) або мовлення декількох осіб (чужого діалогічного / полілогічного мовлення). Способи передачі чужого мовлення є такі: а) відтворення чужого мовлення у формі прямої мови, у вигляді цитування без будь-якої переробки; б) відтворення чужого мовлення у формі непрямої мови, тобто переказ чужого висловлювання від імені автора; в) переказ чужого мовлення (*erzählte Rede*), передача його у скороченій формі (короткий переказ чужого мовлення або тільки називання теми); г) відтворення чужого мовлення у формі невластне прямого (або невластне авторського) мовлення (*erlebte Rede*). Ця форма властива для художньої літератури [3, с. 123].

Архітектоніко-мовленнєві форми монологу та діалогу нерозривно пов'язані за допомогою діалогічної концепції монологічного мовлення М.М. Бахтіна. Розглядаючи будь-який мовленнєвий твір (від найменших до найбільших текстів) як висловлення, яке є одиницею мовленнєвого спілкування, російський учений стверджував, що яким би монологічним не було висловлення, як би воно не було зосереджене на своєму предметі, воно не може не бути відповіддю на те, що було вже сказано про цей предмет, навіть якщо б та відповідь не отримала виразного зовнішнього вираження. Адже сама наша думка – і філософська, і наукова, і художня – народжується і формується у процесі взаємодії і боротьби з чужими думками і не може не знайти свого відображення і у формах словесного вираження нашої думки [2, с. 315].

Глоса (*die Glosse*) – це газетний жанр німецької преси, який належить до аналітичних жанрів, у яких робиться наголос на висловленні певної важливої думки (*meinungsbetonte Textsorten*). Основою таких жанрів є тлумачення й оцінка певного явища [7, с. 490]. Є.В. Розен характеризує глосу як стислу, концентровану замітку, яка впливає

на читача, поєднуючи легкість форми з неспростовністю аргументів, які в ній наводяться [5, с. 21]. Після переважно стислого зображення події (факту-поштовху, який викликає певні очікування) викладається безпосередня суть (пуант, die Pointe) глоси: коротке зауваження, яке скеровує думки читача в несподіваному напрямку і є ключем до отримання нового пізнання [8, с. 159].

Здійснений аналіз ілюстративного матеріалу жанру «глоса» на основі німецьких видань «Die Welt» та «Die Zeit» свідчить про те, що її головною архітектоніко-мовленнєвою формою є монолог у різних його модифікаціях. Автор тексту, у формі монологічного мовлення, висловлює своє бачення проблеми, яка є предметом глоси.

Найбільш уживаною формою монологічного мовлення, яке використовують журналісти газет, є монолог із елементами чужого мовлення. Найчастіше чуже мовлення у монологі авторів текстів глос передається такими засобами:

1) Цитування певної особи (або групи осіб) у вигляді прямої мови без змін. У такому випадку завжди чітко зазначений адресант чужого мовлення: «*Mehr Licht*», *Goethes letzte Worte kennt jeder. Und wer das Dandytum liebt, weiß, dass Oscar Wilde als letztes gesagt haben soll: «So wie ich gelebt habe, sterbe ich – über meine Verhältnisse»*. («Der Rest ist Schweigen», Die Welt, 18.06.2004)

2) Цитування за допомогою перетворення прямої мови у непряму із використанням умовного способу: *In der letzten Folge kam der lange Monolog. Ein öffentlicher Abgesang auf sich selbst, auf eine öffentliche Person. Das Lamento eines Geläuterten: Nationalmannschaftstorhüter Oliver Kahn hat in der Fernsehsendung «Beckmann» gesagt, er fühle sich unmenschlich behandelt von der Presse, die ihn verfolge, die in seinem Privatleben schnüffele[...]* («Ende einer Seifenoper», Die Welt, 27.07.2004)

Чуже мовлення у вигляді непрямої мови (складнопідрядне речення додатку): *Günter Nooke, Menschenrechts-Beauftragter, fordert von deutschen Touristen, dass sie überall «kritische Fragen» stellen. Das kann heikel werden.* («Ein einzig Volk von Weltpädagogen», Die Zeit, 20.08.2007)

Аналіз вибірки текстів жанрової форми «глоса» доводить, що іншим частотним проявом архітектоніки глос є з використанням «чистого» монологу, де відсутнє чуже мовлення або вкраплення інших АМФ. Важливою у таких глосах є думка автора, яка виражена тільки ним і спрямована на донесення її до адресата. Ілюстрацією цього є глоса «*Museumsnacht im Tunnel*» («Die Welt», 28.01.2006):

*Natürlich sehen wir ungeduldig auch dem Programmpunkt «Original-Luftschutzkeller II. Weltkrieg», Nachkriegs-Imbiß inklusive, entgegen. Diese Lange Nacht der Museen, keine Frage, wird wieder einmal spannend. Aber Berlin hätte heute, einen erweiterten Museumsbegriff vorausgesetzt, noch mehr zu bieten. Warum etwa wird nicht der wie es scheint aufewig versperrte Tiergartentunnel für eine Nacht als Konzertraum genutzt, Titel: «Klingendes Industriedenkmal». Auch eine Veranstaltung im auffälligen ICC böte sich an, Thema: «Der Untergang». Oder ein Treffen auf dem alten DDR-Rundfunkgelände: noch einmal Museum seiner selbst sein vor der Verramschung. Diese Stadt verändert sich so schnell (oder auch so langsam), da würde eine stundenweise Musealisierung vielen Orten eine wunderbare Aura schenken – und uns einen neuen Blick auf sie. Öffnet die Tore!*

Решта текстів глос – це тексти-монологи із елементами діалогічного мовлення та тексти-полілоги. Наведемо приклад глоси-монологу з елементами діалогічного мовлення:

*[...] Das Bedürfnis nach einem derart unterkomplexen Gegenstand lässt sich allerdings auch als alarmierendes Zeichen lesen. Es heißt: Man ist reif für den Seniorenladen. Dort gibt es die Telefone mit den wunderbar weichen Tasten, die groß genug sind, um sie nach einmaligem Ansteuern zu treffen. Das Schönste an den Senioren-Geräten aber ist das, was sie alles nicht können – im Gegensatz zu dem, was zum Nullachtfuffzehn-Jugend-Handy serienmäßig bereits dazugehört. «Kann ich mir die Mailbox auf den Whirlpool ins Badezimmer umstellen lassen?» – «Leider nein.» – «Wird, wenn ich beim Wandern mehr als 8 Prozent vom Weg abkomme, automatisch die Bergrettung benachrichtigt?» – «Bei diesem Modell leider nicht.» – «Geben Sie her. Das nehme ich.»* («Das Letzte», Die Zeit, 24.05.2006).

Підсумовуючи, ми констатуємо переважаючу монологічність текстів мовленнєвого жанру «глоса». Беручи до уваги те, що головною композиційно-мовленнєвою формою глос є міркування, а саме констатуюче міркування, і спираючись на згадану вище діалогічну концепцію монологічного мовлення М.М. Бахтіна, необхідно зауважити: глоси – це монологи, у яких імпліцитно присутній діалог. Кожна глоса – це частина висловлення, репліка загального діалогу з приводу певної проблеми, яка обговорюється в суспільстві.

#### Література:

1. Антологія світової літературно-критичної думки ХХ ст.: [антологія / ред. М. Зубрицька]. – Львів, 1996. – 308 с.
2. Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества // М.М. Бахтин. – М. : Искусство, 1979. – 423 с.
3. Брандес М.П. Стилистика текста. Теоретический курс: учебник. – [3-е изд., перераб. и доп.] / М.П. Брандес – М. : Прогресс-Традиция, ИНФРА-М, 2004. – 408 с.
4. Николаева Т.М. Лингвистика текста. Современное состояние и перспектива. – В кн.: Новое в зарубежной лингвистике, вып. VIII. – М. : Прогресс, 1978. – С. 5-38.
5. Розен Е.В. На уроке – немецкая газета. Изд. 3-е перераб. – М. : «Просвещение», 1974.
6. Селіванова О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія / Олена Селіванова. – Полтава : Довкілля – К., 2006. – 716 с.
7. Sandig B. Textstilistik des Deutschen. – Berlin, New York : Walter de Gruyter, 2006.
8. Textsorten in der Presse und Publizistik und ihre stilistische Realisierung. – Brunn, 2006.



Плакида Г. А.,  
НТУУ «КПІ», м. Київ

## СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ДОСЛІДЖЕННЯ ЛІТЕРАТУРНОГО ЖАНРУ МЕМУАРІВ

*У статті показані основні тенденції дослідження мемуарів сучасними лінгвістами у порівнянні з дослідженнями минулих років. В центрі уваги автора знаходиться аналіз особливостей мемуарної літератури, розгляд позитивних та негативних нюансів даного жанру.*

**Ключові слова:** мемуарна література, жанр, культурний та соціальний досвід, особистість автора.

*В статье показаны основные тенденции исследования мемуаров современными лингвистами в сравнении с исследованиями прошлого. В центре внимания автора находится анализ особенностей мемуарной литературы, рассмотрение позитивных и негативных нюансов данного жанра.*

**Ключевые слова:** мемуарная литература, жанр, культурный и социальный опыт, личность автора.

*The article shows basic research tendencies of the memorandums by the modern scientists in comparison to the past investigations. In the focus of the author's attention is the analysis of the memorandums' characteristics, positive and negative features of the genre.*

**Key words:** memorandums, genre, cultural and social experience, author's personality.

Серед різних літературних жанрів мемуари посідають важливе місце, тому що представляють собою спогади про минуле, реальні ситуації і сприймаються не тільки як особистий досвід письменника, але і як історико-культурний та соціальний досвід. Саме достовірність картини, що зображується, є однією з основних причин значного інтересу з боку читача. Розвиток мемуарної прози став фундаментом для інтенсивного зростання зацікавленості даним жанром з боку сучасних дослідників.

Мемуарна проза пройшла довгий шлях розвитку від давньогрецьких мемуарних записів, спогадів періоду античних часів («Записки про Гальську війну») Ю. Цезаря, «Анабасис» Ксенофонта), середньовіччя («Історія моїх нещастя» Абельяра), Відродження («Записки» Бенвенуто Челліні), що склалась як особливе явище в період XVII-XVIII ст., коли визначились предмет та задачі мемуаристики. Сам процес створення мемуарів став однією з тенденцій словесності, мемуарна література стабільно утримує свої позиції впродовж двох останніх століть. Отримання точного знання про минуле життя стало однією з необхідних цінностей сучасного світу, і мемуарна література успішно відповідає цій необхідності [18].

Сучасний етап історіографії мемуаристики характеризується посиленням уваги дослідників до культурологічного та еволюційного аспектів мемуаристики. Дослідники відмічають, що розширення джерельної бази за рахунок західноєвропейської мемуаристики сприяло подальшій розробці питання еволюції мемуарних джерел [10].

Необхідно зазначити, що вивчення мемуарного жанру здійснюється в різних гуманітарних науках, що пертинаються з лінгвістикою: філософії (О. С. Гребенюк, С. В. Ковиршина), соціології (С. А. Губіна), психології (В. В. Нуркова, Ю. Б. Шликова), історії (Л. Н. Куприченко), літературознавстві (А. В. Антюхов, Ю. П. Зарецький, Л. А. Мишина).

Хоча дослідження автобіографічної проблеми і є пріоритетним напрямком, ще не існує достатньої кількості теоретичних робіт з опису жанру. В першу чергу це стосується мемуарної творчості окремих авторів, дослідженням якої займалась І. В. Пьянзіна; а також творів, що виникли в певну епоху (такими дослідженнями займались А. В. Антюхов, Ю. П. Зарецький та ін.) [4].

Сучасні науковці, зважаючи на вивчення жанру мемуарів в різних гуманітарних науках, виділяють декілька підходів до вивчення жанру: джерелознавчий, історико-літературний, культурологічний, гендерний, соціологічний, психоаналітичний, нарративний, когнітивний, суб'єктивний, філософсько-культурологічний та ін. [4].

Тим не менш, у вивченні мемуаристики склались та розвиваються два основних підходи – історичний та літературознавчий, так як мемуарна література через свою різноманітність і специфіку може, з одного боку, розглядатись як джерело для пізнання історії та як явище мистецтва, своєрідний художній твір. З іншого боку, Сиротіна І. Л. пропонує також і третій підхід – культурологічний. Він не суперечить першим двом, але включає їх досягнення в своє проблемне поле і розширяє науковий потенціал мемуаристики, тобто обґрунтовує філософський підхід до мемуаристики [19].

Необхідно також зазначити, що початок дослідження мемуарів та її різновидів як культурного феномену на рівні філософської тематизації було закладено в працях таких вчених як Лотман Ю. М., Бахтін М. М., Баткін Л. М., Знанецький Ф. [7].

К. Симонов пише: «Будь-які мемуари дають нам подвійне коло знань та уявлень. По-перше, ми через автора мемуарів сприймаємо те, що він бачив і про що написав, – людей і час... Друге коло – це коло наших знань, уявлень про самого автора мемуарів: як автор виглядає у власних очах і якими очима він бачить інших людей» [17].

Слід відмітити, що жанр мемуарів, який має як в якості об'єкта так і суб'єкта розповіді людину, ще є недостатньо дослідженим. З іншого боку, на матеріалі мемуарної літератури лінгвістами все ж було проведено значну кількість досліджень. Ми наведемо класифікацію, згідно з якою в наукових працях мемуарно-автобіографічні твори вивчаються з точки зору різних аспектів:

– Мовних особливостей взагалі (Н. А. Ніколіна, Є. Г. Новікова) та лексичних особливостей зокрема (І. В. Белобородова, Т. А. Іванова).

– Засобів вираження об'єктивних і суб'єктивних факторів в жанрі автобіографії (Є. І. Голубєва).

– Специфіки мовленнєвого функціонування категорій «простір» і «час» в автобіографічній прозі (С. В. Погодина).

– Модальності як текстотворчої категорії (Т. В. Романова) [4].

Мемуарні джерела можуть бути як цілісними творами так і змішаними з елементами персональних роздумів чи спогадів іншого жанру та призначення. Для культурологічного дослідження об'єм і розмір джерела не мають особливого значення: в них однаково міститься інтенція самопізнання, намагання зафіксувати власний досвід, поділитись власними враженнями чи роздумами [19].

Типологія мемуарів є досить різноманітною – від «Сповіді» Руссо з її граничним саморозкриттям людини до хронікально-політичних спогадів мадам де Сталь («Десять років вигнання») [5].

Дослідники ХХ ст. класифікують мемуарну літературу за різними ознаками. Важливо зазначити, що така класифікація є досить умовною, адже вона залежить від характеру досліджень:

1. Класифікація за соціальною ознакою: дворянські мемуари, мемуари державних діячів, військові, мемуари духовництва, купців, представників робітничого і селянського класів [9].

2. Класифікація за жанровою ознакою: спогади, щоденники, автобіографії, біографічні спогади, некрологи, памфлети [20].

3. Класифікація за формою викладу М. Н. Чорноморського: мемуари-життєписи; мемуари, присвячені окремим подіям; щоденники, літературні записи [23], [24].

4. Класифікація за формою викладу М. Я. Варшавчика: мемуари з авторським викладом і літературні записи [2], [3].

5. Класифікація за формою викладу М. Т. Белявського: документалізована форма мемуарів, форма художнього твору та форма щоденника [12].

6. Класифікація за джерелом: мемуари, записані тільки на підставі пам'яті мемуариста; мемуари, при написанні яких автор використовував власні записи; мемуари, написані з використанням документів [2], [3], [9].

7. Класифікація за характером відтворення подій: спогади та щоденники [6].

Сучасний етап досліджень мемуарної літератури характеризується посиленням уваги до культурологічного аспекту жанру. З точки зору культурології можна запропонувати наступну класифікацію мемуарів:

– Мемуари-літописи (створені безпосередньо вслід за подіями, за «гарячими» враженнями): щоденники, листи, записки, дорожні нотатки та ін.

– Мемуари-спогади (створені через деякий час, по пам'яті): автобіографії, спогади, літературні портрети, сповіді та ін.

– Художні мемуари (створені частково по пам'яті, частково з використанням записів, публікацій різних років, власних колишніх спогадів, мемуарів інших авторів, листів своїх та чужих та ін.): як правило, літературно підготовлені, відредаговані, художньо оформлені твори. Типовим прикладом останнього класу є мемуари Вінстона Черчилля «My early life», що досить достовірно формують картину подій минулих років, але при цьому сприймаються читачем як захоплюючий роман.

Багато дослідників вважають мемуари одним із типів автобіографії, яка в свою чергу поділяється на наступні: традиційна, автобіографія духу, політична автобіографія [14]; художні, мемуарні та щоденникові автобіографічні тексти [15]; діяльнісний, соціальний та екзистенціально-чуттєвий типи автобіографії [16] та інші [4].

Класифікацію мемуарної літератури можна базувати за формою її виникнення та фіксації:

1. Спогади – даний тип виникає тоді, коли автор через певний (значний) проміжок часу після завершення певних подій розповідає про них чи про все своє життя. Тут виникає цілий ряд підвидів: автобіографії, життєписи та ін. Найважливішим нюансом у даному випадку є те, що спогади пишуться власне мемуаристом, тобто для дослідника є очевидним автор оповіді.

Даний тип джерела формується через певний (зазвичай значний) час після того, як подія відбулась. Автор вже знає чим завершилась подія і може по-іншому інтерпретувати свою початкову позицію та роль в ній.

2. Літературний запис спогадів – виникає тоді, коли мемуарист звертається за допомогою до літератора, який надає спогадам літературну форму, не переключуючи нічого в тексті і не вносячи в нього жодних «прикрас». Найбільш складним моментом в даному випадку є встановлення ступені співавторства. Якщо ступінь втручання є настільки значним, що це переключує зміст спогадів, тоді мова йде про літературний твір.

3. Стенографічний (протокольний) запис спогадів. Цей вид зазвичай виникає через ініціативу архівів, інститутів, комісій, музеїв, які можуть бути зацікавлені збором та збереженням мемуарних джерел. Однак, фіксацію можна робити на основі диктофону. Сформувався цілий напрямок – oral history (усна історія). Найважливішим моментом в даному виді мемуарів є не форма фіксації, а ступінь втручання особи, що веде розмову (опитування). В будь-якому випадку, спогади складаються не самостійно, а під впливом питань.

4. Щоденники – як вид мемуарних творів виникають тоді, коли сучасник розповідає про події, людей, почуття та ін. день за днем, впродовж всього свого життя чи певного періоду. Зазвичай щоденники пишуться через персональну ініціативу автора, і автори розповідають про пережите з позиції того ж часу. Якщо для спогадів є типовим ретроспективний погляд на події, то автор щоденнику ще знаходиться під певним емоційним впливом від події, не може її осмислити повністю, відображаючи тільки деякі сторони дійсності.

Загалом цистих видів мемуарів майже не існує. Часто автор спогадів звертається до окремих записів минулих років (щоденників). Офіційні особи також можуть звертатись до різного роду документів для підтвердження своїх записів та ін. В такому випадку мемуарні твори набувають певний синтетичний характер, що є цінним за своїм змістом, за інформацією, але складним для аналізу джерела.

Такого плану синтетичний характер досить часто зустрічається в *записках мандрівників*, які визначають як особливий жанр історико-літературних творів. Існує характерна риса, яка дозволяє віднести свідчення мандрів-

ників до мемуарних творів, адже вони теж перш за все базуються на пам'яті і фіксуються переважно у вигляді записів щоденнику чи спогадів (а також їх поєднання) [8].

Сучасні науковці, спираючись на дослідників минулих років, виділяють наступні особливості мемуарної літератури:

- Співвідношення суб'єктивного і об'єктивного (А. В. Антюхов, Є. І. Голубєва).
- Ретроспективність оповіді (Н. А. Ніколіна, Є. В. Погодіна).
- Хронологічна послідовність подій (Н. А. Ніколіна, В. В. Нуркова).
- Пам'ять як найважливіша категорія біографічної оповіді (В. В. Нуркова, Е. В. Погодіна, Ю. Б. Шликова).
- Тотожність автора, оповідача і героя (Н. А. Ніколіна).
- Яскраво виражений особистісний початок (Є. І. Голубєва, Є. В. Погодіна).
- Відкритість (Н. А. Ніколіна).
- Співвідношення минулого і теперішнього (Н. А. Ніколіна, Є. В. Погодіна).
- Особлива просторова і часова організація (Є. В. Погодіна).
- План зрілого оповідача в теперішньому часі і його «Я» в минулому (А. В. Антюхов, Н. А. Ніколіна) [4].

В якості узагальнюючого критерія можна виділити первинну соціальну функцію мемуарних джерел – втілення історичної самосвідомості особистості [22]. На підставі того, що вид і різновид історичного джерела різняться за обсягом і ступенем диференціації первинної соціальної функції, можна визначити щоденник в якості різновиду мемуарної літератури [21]. Прослідкувати еволюцію джерел мемуарного характеру можливо за змінами у цільових настановах мемуаристів: від орієнтації на внутрішньо сімейні цілі до усвідомлення мемуаристами значущості своїх творів для подальшого історичного пізнання [22], [21].

Сучасні дослідники також виділяють позитивні та негативні особливості мемуарної літератури.

Позитивні:

- мемуари допомагають відтворити колорит епохи [2], [3], [20].
- дають змогу відчутти ставлення до суспільних подій з боку різних груп населення [20], [2], [3], [23], [24].
- відновлюють факти, не зафіксовані в жодному іншому джерелі [6], [12], [23], [24].
- доповнюють інші джерела [2], [3], [23], [24].

Негативні:

- авторська суб'єктивність та тенденційність [2], [3], [23], [11].
- помилки пам'яті та неможливість визначити ступінь достовірності джерел, на які посилається автор [6], [12], [9] [10].

Однією з основних ознак мемуарів також є те, що біографічний час є необоротним по відношенню до самих подій життя, які є невід'ємними від історичних подій. Але по відношенню до характеру цей час є оборотним: та чи інша риса характеру сама по собі може проявитися раніше чи пізніше. Власне характер не росте і не змінюється – він лиш доповнюється: не повний, не розкритий, фрагментарний спочатку – він стає більш довершеним в кінці [1].

На думку деяких дослідників, в основі класифікації та еволюції мемуарних джерел лежить «ознака, яка враховує єдність суспільного і індивідуального в структурі особистості та виділяє в суб'єктивній природі мемуарів суспільно обумовлені характеристики» [13].

Отже, сучасний етап дослідження мемуаристики характеризується посиленням уваги дослідників до різних сторін і нюансів мемуарних джерел. Можна стверджувати, що основним завданням аналізу мемуарної літератури є встановлення достовірності фактів для подальшого їх використання в дослідженнях. Сучасні науковці почали звертати увагу на культурологічну сторону мемуарної літератури. Особливу позицію наразі займає більш детальне дослідження особистості автора мемуарів, що базується на його знаннях, досвіді та суб'єктивності, яка передає ставлення письменника до періоду, що описується.

### Література:

1. Бахтин М. М. Эпос и роман / М. М. Бахтин. – СПб. : «Азбука», 2000. – С. 70.
2. Варшавчик М. А. Источниковедение истории КПСС / М. А. Варшавчик. – М. : Высшая школа, 1989. – 224 с.
3. Варшавчик М. А. Предмет и задачи источниковедения истории КПСС / М. А. Варшавчик. – М. : Высшая школа, 1967. – 180 с.
4. Волошина С. В. Автобиографический рассказ как объект лингвистического исследования. / С. В. Волошина. – Вестник Томского государственного университета, 2008. – № 318. – С. 11-14
5. Гинзбург Л. О психологической прозе / Л. О. Гинзбург. – Л., 1977. – С. 249, С. 67.
6. Голубцов В. С. Мемуары как источник по истории советского общества / В. С. Голубцов. – М. : Изд. Москов. ун-та, 1970. – 113с.
7. Гребенюк О. С. Автобиография: философско-культурологический анализ: дис.... канд. филос. наук: 24.00.01 / Олеся Сергеевна Гребенюк. – Ростов н/Д, 2005. – 142 с.
8. Грицкевич В. П. Теория и история источниковедения. Учебное пособие для студентов заочных отделений гуманитарных факультетов ВУЗов / Грицкевич В. П., Каун С. Б., Ходин С. Н. – Минск: Белорусский Государственный Университет, 2000. – 228 с.
9. Дмитриев С. С. Мемуары, дневники, частная переписка первой половины XIX в. // Источниковедение истории СССР XIX – начала XX в.: Уч. пос. для ист. фак. / Под ред. И. А. Федосова. – М., 1970. – С. 346-386.
10. Еловських У. Загальнотеоретичні питання вивчення мемуарів як історичного джерела: історіографія проблеми / Уляна Еловських – К. : Ін-т історії України НАН України, 2006. – С. 152-161.

11. Іващенко В. Ю. Мемуари професорів та студентів з історії Харківського університету XIX – початку XX століття: дис... канд. іст. наук: 07.00.06 «Археологія» / В. Ю. Іващенко. – Д., 2004. – 20 с.
12. Источниковедение истории СССР: Уч. для ист спец. ун-тов и пед. ин-тов / Под ред. И. Д. Ковальченко. – 2-е изд., доп. и перераб. – М., 1981. – 496 с.
13. Минц С. С. Об особенностях эволюции источников мемуарного характера: (К постановке проблемы) // История СССР. – 1979. – № 6. – С. 55-70.
14. Мишина Л. А. Жанр автобиографии в истории американской литературы / Л. А. Мишина. – Чебоксары : Изд-во Чуваш. ун-та, 1992. – 128 с.
15. Нуркова В. В. Свершенное продолжается: Психология автобиографической памяти личности / В. В. Нуркова. – М. : Изд-во УРАО, 2000. – 320 с.
16. Пьянзина И. В. Жанровое своеобразие мемуарно-автобиографической прозы А. А. Ахматовой: автореф. дис... канд. филол. наук: спец. 10.01.01 «Русская литература» / И. В. Пьянзина. – Саранск, 2005. – 19 с.
17. Симонов К. М. Не золотая середина // Вопросы литературы / К. М. Симонов. – 1971. – С. 84.
18. Симонова Т. Г. Мемуарная проза русских писателей XX века: поэтика и типология жанра: Учеб. пособие / Т. Г. Симонова. – Гродно : ГрГУ, 2002. – С. 97-98.
19. Сиротина И. Л. Культурологический потенциал мемуарного источника: поиски новой парадигмы // Метафизика исповеди. Пространство и время исповедального слова: материалы международной конференции. – СПб.: Изд-во Института Человека РАН, 1997. – Режим доступа до журналу : <http://anthropology.ru/ru/texts/sirotina/index.html>
20. Стрельский В. И. Источниковедение истории СССР. Период империализма XIX в. / В. И. Стрельский. – М. : Изд. соц.-экон. лит-ры, 1962. – 603с.
21. Тартаковский А. Г. Мемуаристика как феномен культуры // Вопросы литературы. – М. : 1999. – С. 35-55.
22. Тартаковский А. Г. Социальные функции источников как методологическая проблема источниковедения // История СССР. – М. : 1983. – №3. – С. 112-130.
23. Черноморский М. Н. Источниковедение истории СССР / М. Н. Черноморский. – М. : Высшая школа, 1967. – 296 с.
24. Черноморский М. Н. Работа с мемуарами при изучении истории КПСС / М. Н. Черноморский. – М. : Высшая школа, 1965. – 135 с.

**Плетенецька Ю. М.,**  
Національний авіаційний університет, м. Київ

## ДО ДОЦІЛЬНОСТІ РОЗМЕЖУВАННЯ ПОНЯТЬ ВЕЛИКОГО І МАЛОГО СИНТАКСИСУ

*У статті йдеться про теоретичні аспекти поділу синтаксису на великий і малий, визначення номінативно-комунікативної сфери мови малого синтаксису, описано низку дискусійних питань, що потребують подальшого вивчення та детального опрацювання.*

**Ключові слова:** великий синтаксис, малий синтаксис, словосполучення, речення, номінативна функція, комунікативна функція.

*В статье проанализированы теоретические аспекты разделения синтаксиса на большой и малый, определения номинативно-коммуникативной сферы языка малого синтаксиса, описано ряд дискуссионных вопросов, которые нуждаются в дальнейшем изучении.*

**Ключевые слова:** большой синтаксис, малый синтаксис, словосочетание, предложение, номинативная функция, коммуникативная функция.

*The article focuses on a brief overview of the theoretic aspects of syntax division into big and small, determines the nominative and communicative sphere of the small syntax language, highlights a series of controversial aspects requiring further detailed elaboration.*

**Key words:** big syntax, small syntax, word combination, sentence, nominative function, communicative function.

У сучасному теоретичному мовознавстві і, зокрема, у довідкових лінгвістичних виданнях, у підручниках (з російської, англійської, німецької та інших мов), у монографічних дослідженнях немає єдиного за концептуальною базою синтаксису. Узагальнюючи безліч наявних характеристик предмета, об'єктів (одиниць), проблематики, аспектів синтаксису, А. П. Загнітко зводить цю безліч до двох принципово різних синтаксисів – «вузького» і «широкого» [5].

Один, вузький, хронологічно перший – класичний, від античності (конкретно – від Аполлонія Діскова) дотепер визначається як частина граматики або навіть уся граMATика (мінус або плюс морфологія). Його предмет – «граматична структура зв'язного мовлення» [11]. Центральна одиниця – речення-конструкція – з її граматичними значеннями (категоріями), компонентами (членами речення або частинами-блоками), класифікаційними граматичними ознаками в системі типів простих, складних, ускладнених, односкладних, двоскладних конструкцій. У межах цього синтаксису як особливі об'єкти розглядаються моделі (схеми) побудови простих речень («мінімальні структурні схеми»), словосполучень, текстів («надфразові єдності», «складні синтаксичні цілі»). Як першоелемент («елементарна синтаксична одиниця» – «синтаксема» – за Г. О. Золотовою) усіх названих об'єктів, у тому числі речення-конструкції, до сфери класичного синтаксису входить словоформа [6; 14].

Другий – широкий, некласичний, новітній синтаксис (орієнтовно 40 років) не обмежується граMATикою мови (у вузькому смислі) і взагалі власне-мовними характеристиками зв'язного мовлення. Його предмет – фундаментальні мовні та позамовні закони, правила зв'язного мовлення в їхній функціональній (комунікативній) єдності, що забезпечує якість і призначення мови – її здатність формувати, виражати, передавати – від мовця (того, хто пише) до адресата (слухача, читача, співрозмовника) повідомлення (інформацію), чи то думку, почуття, стан, волю людини, чи то їхнє сполучення, синтез. Центральна одиниця широкого синтаксису – мінімальний фрагмент зв'язного мовлення – висловлення, узяті і розглянуті не тільки як «реалізація» речення – конструкції, але і як мовне втілення («безпосередня дійсність») думки, волі, стану, почуття, як продукт і як окремий завершений акт комунікативної поведінки людей, насамперед учасників, виконавців цього акту комунікації [5].

Відношення між «вузьким» («граматичним») і «широким» («комунікативно-логічним») синтаксисами у сучасній лінгвістиці або усвідомлено інтегративне, Ломтев, Москальська, Степанов, Черемисина, Колосова, Іванова, Бурлакова, Почепцов, Ломов.; перший входить у другий як один із його механізмів – у плані форми, або усвідомлено опозитивне, критичне, головним чином з боку представників традиційного синтаксису Распопов, Форменко, або нейтральне: прихильники тих чи інших «версій» синтаксису нібито не суперечать один одному, не долають значення відсутності в сучасному мовознавстві концептуально єдиного синтаксису. Іншими словами, на думку А. П. Загнітко, ми живемо в атмосфері синтаксичного плюралізму, що для науки є нормою [5].

Синтаксична традиція і новітні наукові концепції по-різному визначають як об'єкти синтаксису, так і основні синтаксичні одиниці. Так, традиційна граMATика виділяє два об'єкти і, відповідно, дві синтаксичні одиниці – словосполучення і речення. Називають також ще словоформу і складне синтаксичне ціле (текст, надфразову єдність). При цьому словоформам і текстам не завжди надають статусу синтаксичних одиниць, оскільки перші, функціонуючи у складі синтаксичних одиниць, як їхні компоненти, виступають синтаксичними об'єктами лише у сполученні з іншими формами, а останні є всього-на-всього мовленнєвою інтеграцією самостійних речень, текстовим утворенням [1].

У складі цих загальних визначень яскраво виділяються два основних аспекти вивчення мовлення: синтаксис «великий», тобто розділ синтаксису, що вивчає побудову речення, надфразової єдності, а також текст, і синтаксис «малий» тобто розділ синтаксису, що вивчає складні еквіваленти слів – тих найдрібніших одиниць мови, «нижче» яких синтаксичне дослідження «опускатись» не може [4, с. 6-8].

Мікро– та мезосинтаксис (за термінологією С. В. Сорокіна) безпосередньо пов'язані один з одним, однак для теоретичного дослідження принципово важливим питанням є визначення предмета кожного з них, оскільки відсутність чіткої межі між цими якісно відмінними одна від одної системами призводить до багато в чому апрі-

орних теоретичних побудов, що можна спостерігати в багатьох розробках з теоретичного синтаксису, зокрема у вигляді повного ігнорування або словосполучення або речення. У деяких наукових працях можна також спостерігати опис одних і тих самих явищ як об'єктів обох рівнів (мікросинтаксичного та мезосинтаксичного), причому інколи як діаметрально протилежних одиниць, що призводить до сплутування теорії та долучення явищ одного рівня до сфери іншого рівня [12]<sup>1</sup>.

Великий синтаксис, на думку Є. С. Кубрякової займається не всіма комбінаторними операціями, що відбуваються в процесі породження речення, а лише тими з них, які пов'язані з структуруванням пропозиції, тобто організацією предикатної рамки висловлювання та її поширення, створенням синтаксичної схеми висловлювання, яка містить предикат чи виступає в даній мові аналогом комунікативно-завершеної і комунікативно достатньої одиниці. Простіше кажучи, синтаксис визначає модель речення, що характеризується ознакою предикативності (що, як правило, і робить мовну послідовність реченням) чи ознакою смислової завершеності та окремоті.

Малий синтаксис обслуговує номінативну сферу мови, в середині якої, легко виділяються такі спеціалізовані області моделювання вторинних одиниць номінації, як словотворення, фразеологія [7, с. 99].

Великий синтаксис, синтаксис сентенційний Є. С. Кубрякова протиставляє «малому», несентенційному, що займається організацією синтаксичних груп (синтагм) в середині речення, тобто груп, які слугують реалізації окремих членів пропозиції, і не є *embedded sentences*, тобто включеними реченнями. Малий синтаксис пов'язаний з характеристикою несентенційних, непередикативних типів відношень; в його компетенцію входять атрибутивні відношення між предметом і його ознакою (чи дією і її ознакою), приєднаникові відношення в приєднаникових зворотах тощо. Він займається типами зв'язку в середині непередикативних синтагм (чи, можливо, в середині синтагм, предикативні зв'язки між членами яких існують лише в прихованій, чи латентній, предикації). В найзагальнішому вигляді можна сказати, що малий синтаксис – це синтаксис словосполучень, коли основною метою створення словосполучень є номінативна (*a subway car, one way across, біля того великого будинку, швидка і небезпечна річка*) [7, с. 107].

На думку С. В. Сорокіна, малий синтаксис являє собою мовну підсистему, основним, але не єдиним елементом якої є словосполучення. Окрім власне словосполучень до сфери цієї підсистеми входять допоміжні елементи, які тією чи іншою мірою беруть участь в інтеграції словосполучень. Звичайно що такі допоміжні елементи не є набуток виключно мікросинтаксичного рівня, але їх дескрипція при дослідженні словосполучень є обов'язковою, позаяк саме словосполучення є мінімальною, а відтак первинною одиницею синтаксису; при цьому ігнорування допоміжних елементів не дозволяє на достатньо високому теоретичному рівні розкрити ті особливості утворення словосполучень, які не є доступними дослідникові при первинному візуальному спостереженні [12, с. 60].

До термінологічного апарату великого синтаксису, належать насамперед: просте та складне речення, надфразова єдність, текст.

Отже в системі синтаксичних одиниць з одного боку послідовно протиставляються слово і словосполучення, як об'єкт вивчення малого синтаксису, з іншого боку – речення і словосполучення, що представляють собою великий і малий синтаксис [2; 3; 8; 10; 13].

І хоча, проблема розмежування словосполучення і речення здавна привертає увагу науковців, питання про поділ синтаксису на великий і малий не ставилось, а якщо цей поділ і існував, то малий синтаксис як правило залишався на периферії лінгвістичної науки. Слід підкреслити, що немало фундаментальних досліджень присвячено словосполученню. Серед них – Шахматов 1941, Виноградов 1954, Пешковський 1956, Фортунатов 1957, Прокопович 1966, Шведова 1966, Іоніна 1970, Тер-Мінасова 1981, Молошина 1985, Телія 1988, 1990, Столярова 1989, Левицький 1998, 2001, Кочерган 2000, Юшук 2000, Романець 2000, Мішеніна 2005, Загнітко 2006 тощо.

В переважній більшості цих досліджень словосполучення розглядається як «докомунікативна одиниця» одиниця, власне кажучи, і не синтаксична, що виконує як і слово номінативну функцію, причому, незалежно від того, чи виокремлюється словосполучення з речення, чи будується незалежно від нього на базі можливостей сполучуваності певної частини мови. А звідси, мабуть, і певна незавершеність багатьох робіт в області словосполучення.

Більше того, визначення місця цієї синтаксичної одиниці унеможливується абсолютизацією речення, прийнятою традиційною граматикую. Вона проявляється не лише в комунікативній функції речення, але й у визнанні його провідного статусу на синтаксичному рівні.

Для того, щоб уникнути помилкового уявлення про синтаксис як вчення про один тип одиниць (наприклад, словосполучення чи речення) Л. П. Столярова запропонувала чітко розмежувати синтаксис на малий і великий і обмежити словосполучення як предмет малого синтаксису від речення як предмет вивчення великого синтаксису [13, с. 16]. Таке розмежування вважаємо закономірним і необхідним з погляду вивчення словосполучення як мовного явища, явища в самому собі.

Розмежовуючи поняття великого та малого синтаксису А. А. Рівліна зазначає, що словосполучення входить в мовлення лише як складова частина речення, «денотема», якщо бути точнішим як поліденотема, в протиставленні зі словом, яке входить в мовлення як моноденотема. Це дає змогу розглядати граматичне вчення про словосполучення як окремий розділ синтаксису, який іноді називають «малим синтаксисом», на відміну від «великого синтаксису», який вивчає речення та його текстові об'єднання [9].

А. С. Мікоян і С. Г. Тер-Мінасова виділяють в синтаксисі два головних розділи: один, що вивчає поєднання слів у словосполучення – малий синтаксис, інший, що вивчає поєднання слів і словосполучень в речення – великий синтаксис [8, с. 17]. Більше того, А. С. Мікоян і С. Г. Тер-Мінасова стверджують, що синтаксис входить в

<sup>1</sup> Див., наприклад: [] Иванова П. И., Бурлакова В. В., Почепцов Г. Г. Теоретическая грамматика английского языка. – М., 1981. – С. 100-164, де виділяються предикативні словосполучення, тобто поєднання підмета з присудком – ті граматичні одиниці, які входять виключно до сфери великого синтаксису.

науку про природні людські мови в першу чергу як вчення про словосполучення, оскільки вчення про речення ускладнене цілим рядом немовознавчих аспектів, що ще раз підкреслює вагомість цієї синтаксичної одиниці і того розділу синтаксису, який вона репрезентує [8, с. 22]. Тому на думку авторів було б доцільно переглянути роль словосполучення і речення в мовленні. Оцінка речення як основної синтаксичної одиниці видається перебільшеною, враховуючи останні дослідження. Для того, щоб відновити справедливую рівновагу, необхідно на думку А. С. Микоян та С. Г. Тер-Минасової глибоко вивчити складні номінативні групи з урахуванням специфіки побудови цих одиниць в окремих мовах [8, с. 22].

Введення поняття малий синтаксис обумовлюється також тим фактом, що відбувається розширення функцій словосполучення, які не знаходять осмислення в старих концепціях і тому потребують свого подальшого розвитку. Якщо ж говорити про словосполучення, то на думку Н. І. Романець, їх функції далеко виходять за межі тієї номінації, яку вбачають в слові. Словосполучення – це різноманітні назви, починаючи від явищ об'єктивної дійсності до назв закладів, книг, обширної термінологічної номенклатури тощо. А на сучасному етапі словосполучення набувають статусу престижності, наприклад, в рекламних повідомленнях, назвах фільмів. Все це не відноситься до речення, але виконує комунікативну функцію, причому поза реченням. Тому Н. І. Романець пропонує поряд з терміном словосполучення використовувати більш широкий термін – синтаксична конструкція [10, с. 5]. Звідси і роль малого синтаксису, яку він відіграє в системі комунікації, роль не тільки і не стільки наповнення якоїсь моделі висловлення, скільки організації, а також здійснення самого процесу спілкування. Такою роллю малий синтаксис зобов'язаний словосполученням, які можна визначити, як його базові одиниці. Поділ синтаксису на великий і малий сприяє також встановленню більш чітких графічних критеріїв меж словосполучення.

Проблематика дослідження має суттєві перспективи, актуальне теоретичне та практичне значення для мовознавства, контрастивної лінгвістики, з огляду на необхідність вивчення граматичної природи словосполучень, як одиниць малого синтаксису, їх визначальних синтаксичних ознак, вирізнення словосполучення з реченнєвої структури і встановлення ємності цієї синтаксичної одиниці, оскільки теорія словосполучення, а відтак, і теорія малого синтаксису ще не спираються на всебічно обґрунтовані і загальноприйняті розв'язання. Наявність багатьох суперечливих тверджень про словосполучення спонукає до пошуків нових підходів у його класифікації.

#### Література:

1. Арібжанова І. М. Структура простого речення (формально-граматичний аспект). – К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2001. – 128 с.
2. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов – М. : Советская энциклопедия, 1969. – 607 с.
3. Газизова Р. Ф. Синтактика частей речи. – Уфа : Башкирский госуниверситет, 1984. – 84 с.
4. Долгова О. В. Синтаксис как наука о построении речи. – М., 1980. – 179 с.
5. Загнітко А. П. Теорія сучасного синтаксису: Монографія. – Донецьк : ДонНУ, 2006. – 378 с.
6. Золотова Г. А. Синтаксический словарь. Репертуар элементарных единиц русского синтаксиса. – М. : Наука, 1988. – 440 с.
7. Кубрякова Е. С. Номинативный аспект речевой деятельности. – М. : Наука, 1986. – 159 с.
8. Микоян А. С., Тер-Минасова С. Г. Малий синтаксис как средство разграничения стилей. – М. : Изд-во Московского ун-та, 1981. – 214 с.
9. Ривлина А. А. Теоретическая грамматика английского языка. Благовещенск : Изд-во Благовещенского гос. пед. ун-та, 2009. – 113 с.
10. Романець Н. І. Конструкції малого синтаксису в сучасній російській мові. Дис... канд. филолог. наук. – Дніпропетровськ, 2002. – 156 с.
11. Скобликова Е. С. Очерки о теории словосочетания и предложения. – Куйбышев, 1990. – 142 с.
12. Сорокін С. В. Система мікросинтаксису турецької мови. Дис... канд. филолог. наук. – Київ, 2001. – 180 с.
13. Столярова Л. П. Актуальные проблемы теории словосочетания в современном русском языке. – Днепропетровск, 1984. – 63 с.
14. Шведова Н. Ю. Активные процессы в современном русском синтаксисе. – М. : Просвещение, 1966. – 156 с.

Рогач Ю. І.,

Волинський національний університет ім. Лесі Українки, м. Луцьк

## СТРУКТУРНО-ФУНКЦІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ РЕКЛАМНИХ ТЕКСТІВ В АВСТРАЛІЙСЬКИХ ДРУКОВАНИХ ЗАСОБАХ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ

*Пропонована розвідка присвячена вивченню особливостей організації рекламних текстів у сучасних англомовних засобах масової інформації, аналізу типів реклами та її функцій, а також місця і ролі піктограм та ідеограм у рекламних текстах.*

**Ключові слова:** засоби масової інформації, реклама, піктограми та ідеограми.

*Предлагаемое исследование посвящено изучению особенностей организации рекламных текстов в современных англоязычных средствах массовой информации, анализу типов рекламы и ее функций, а также месту и роли пиктограмм и идеограмм в рекламных текстах.*

**Ключевые слова:** средства массовой информации, реклама, пиктограммы и идеограммы.

*The article deals with the study of the structural features of the advertisements in the modern English mass-media, analysis of advertising, its types and functions, and the place and role of pictograms and ideograms in the advertisements.*

**Key words:** mass-media, advertizing, pictograms and ideograms.

Сучасний стан мовознавчих студій свідчить про те, що значна частина вітчизняних та зарубіжних лінгвістів (Почепцов Г. Г., Селезньов В. В., Томас Сібеок, Ярош О. Б., Allan Bell, Peter Brook, Howard Devis) фокусують свою увагу на дослідженні мови засобів масової інформації (ЗМІ), які є однією з найважливіших інституцій розвиненого суспільства. У широкому сенсі цього терміну сучасні засоби масової інформації [6] включають власне пресу (газети, журнали, книги), а також радіо, телебачення, інтернет, зовнішні рекламні щити, домашні інформаційні центри, що поєднують телевізійні, телефонні, комп'ютерні та інші лінії зв'язку. Усім цим засобам притаманні якості, що їх об'єднують, – звернення до масової аудиторії, доступність, корпоративний зміст продукування та розповсюдження інформації.

Як зазначає Ярош О. Б. [3, с. 34], диференційною ознакою сучасних ЗМІ є те, що вони забезпечують представникам різних громадських, суспільних груп та політичних організацій, торгово-економічним компаніям можливість публічно виражати свої думки, знаходити та об'єднувати однодумців, представляти та популяризувати свої послуги та продукцію.

Варто зазначити, що ЗМІ постійно змінюються, удосконалюють свій зовнішній вигляд, способи представлення інформації, тому вимагають постійної уваги зі сторони лінгвістів, маркетологів, соціологів чи політологів. Власне цим фактором і визначається актуальність пропонованого дослідження. Проведений аналіз у перспективі доповнить дослідження, присвячені вивченню мови ЗМІ, комбінованих рекламних текстів, до складу яких входять різнопланові графічні одиниці.

Невід'ємною складовою усіх сучасних ЗМІ є реклама, яка займає значну частину їхнього інформаційного простору. Крім того, прослідковується чітка тенденція до постійного збільшення частки рекламних текстів у засобах масової інформації.

Реклама – це процес інформування цільової аудиторії про продукт, послугу чи товар, їхнє представлення та запевнення в необхідності їхнього придбання [2]. Оскільки реклама є складним явищем та спрямована на широке коло споживачів, так само складною є її класифікація. Виділяють вісім основних категорій реклами: 1. За складом цільової аудиторії – сильно-, середньо- та легко-сегментована. 2. За цільовим впливом – комерційна або товарно-сервісна та некомерційна, наприклад, політична та соціальна. 3. За масштабом розповсюдження – глобальна, загальнонаціональна, регіональна та місцева. 4. За способом передачі – друкована, електронна та зовнішня. 5. За способом виконання – текстова, візуальна та текстово-візуальна. Текстова реклама в свою чергу поділяється на просту та складну, а візуальна – на статичну та динамічну. 6. За методом впливу – пряма та непряма. Пряма реклама – це реклама, що пропонує купити рекламований продукт чи послугу. Цей тип реклами обов'язково включає контактну та цінову інформацію. Непряма реклама – впливає майже на підсвідомому рівні, а пропонована інформація поглинається поступово. 7. За способом звернення – безособова та персоніфікована. 8. За способом оплати – платна та безоплатна.

За цільовим призначенням виділяють шість основних видів реклами, які спрямовані на рекламу продукції, торгової марки, імені виробника, реалізатора товарів та послуг, діяльності громадсько-політичних організацій [1, с. 12-27]. У сучасних наукових студіях виділяють чотири основні функції реклами: *економічну, соціальну, маркетингову та комунікаційну*. *Економічна функція* полягає у прагненні до збільшення об'ємів продажу продукції та розмірів прибутку за певний період часу. *Соціальна функція* реклами спрямована на формування масової свідомості та свідомості кожного індивіда. Соціальна реклама окрім власне «рекламування», сприяє формуванню та втіленню у свідомості людей ідейних цінностей певного суспільства, апелює до споживчих інстинктів людей, заохочуючи їх до підвищення рівня добробуту, а також сприяє підвищенню культури споживання шляхом порівняння рекламованих товарів з метою придбання кращого. *Маркетингова функція* полягає у просуванні товару чи послуги на ринку, вона повністю підпорядкована завданням маркетингу. *Комунікаційна функція* полягає у встановленні єдиного інформаційного зв'язку між рекламодавцями та споживчу аудиторією [1, с. 19-21]. Отже, реклама – це певний тип комунікації, що модифікує сприйняття реальності цільовою аудиторією, направлений на переконання та спонукання до певних дій, зокрема у сфері споживання та комерції, а також формування певного типу поведінки чи громадської думки.



Останнім часом з метою максимізувати результати та привернути увагу споживачів, підприємства та індивіди використовують різноманітні візуальні ефекти. Звернення до візуальних знаків, як до інтенсифікаторів вербальних повідомлень, знаходить своє пояснення у семіотичній теорії, запропонованій Томасом Сібеоком [4]. На думку дослідника, який розвинув вчення про знак Чарльза Пірса про те, що «...людина – це знак, подібно до усіх інших істот» [4, с. 15], і додав, що цей знак є дієсловом *interpretare* «інтерпретувати, пояснювати», тому знакова діяльність є власне визначенням життя у Всесвіті.

Для статичних видів рекламних текстів найпоширенішими з них вважається використання ідеограм та піктограм. Німецький вчений Херберт Капіцький, визначає піктограму як іконічний знак, який відображає характерні риси зображуваного ним предмету чи явища, і через абстракцію переймає ознаки знаку [5, с. 6-30]. Піктограми та ідеограми схожі між собою – вони є піктогральними знаками, проте, не зважаючи на це, вони мають різні функції. Піктограми не тільки інформують чи підсилюють вербальний ряд у тексті, а зазвичай використовуються з метою попередити, запобігти та вберегти, а це вимагає негайних дій від реципієнтів. Вони повинні представити саму суть причини, візуально передаючи важливість інформації в такий спосіб, щоб не виникло непорозуміння чи помилок. Саме тому дуже важливим є факт інтернаціоналізації піктограм та їхня міжкультурна конвенційність, яка була б зрозумілою якомога більшій аудиторії.

Ідеограми ж, навпаки, використовуються для трансформації інформації у гумористичній формі, що сприяє більш вільній їх передачі та кращому сприйнятті й запам'ятовуванню.

У поданих нижче прикладах реклами, які знаходимо на шпальтах популярної австралійської газети *The Weekend Post*, бачимо реалізацію усіх зазначених вище функцій реклами: *економічної, соціальної, маркетингової та комунікаційної*. Власне економічна функція знаходить своє відображення у прагненні виробників збільшити обсяги продажу рекламованих напоїв, соціальна функція здійснюється шляхом формування у цільовій аудиторії думки про те, що це найкращий магазин, де продаються найкращі напої, маркетингова – в очевидній промоції товару на ринку. Щодо комунікативної функції, то простежуємо не тільки інформування споживачів про високу якість їхньої продукції – *1<sup>st</sup> Choice Liquor Superstore*, але й готовність виробників до серйозного і постійного змагання у сфері цінової політики: *We beat everyone's liquor prices. Even if they're crazy enough to undercut us, we'll beat them again*. Крім того, простежуємо апелювання до емоцій споживачів через яскраву кольорову гаму, яка не перевищує необхідних трьох кольорів на кожній картинці; використання цифри 1 замість англійської літери *i*, яка підтверджує перший, тобто найкращий вибір; підсилення піктограмою із зображенням біт текстового повідомлення про потужність компанії на ринку та її здатність «побити», тобто перемогти усіх конкурентів.



The Weekend Post, Wednesday, June 20, 2012

Наступний рекламний текст репрезентує комбінований тип реклами, у якому поєднано вербальну частину, ідеограму (цифра 4) та піктограму. Вербальний текст пропонує усі переваги франшизи для її власників та апелює до необхідності швидкого реагування на пропоновану можливість, оскільки час визначає все у бізнесі. Використовуючи зазначені вище основні категорії реклами, можемо охарактеризувати її як таку, що середньо сегментована, оскільки розрахована лише на певну категорію людей, що можуть стати власниками франшизи, за цільовим впливом вона комерційна, за масштабом розповсюдження – регіональна, за способом передачі – друкована, за способом виконання – текстово-візуальна, складана та статична, за методом впливу – пряма, оскільки прямо пропонує купити франшизу і вміщує контактну інформацію, за способом звернення – персоніфікована, бо подано контактну особу, яка вже є користувачем пропонованого товару, і за способом оплати – платна, оскільки це бізнес-пропозиція.



The Weekend Post, Wednesday, June 20, 2012

Отже, проведені дослідження рекламних текстів у сучасних засобах масової інформації свідчать про постійне зростання ролі реклами та її важливості у бізнесі, про необхідність здійснення постійного діалогу зі споживачами, про застосування нових, комбінованих видів рекламних текстів, які поєднують у собі власне мовну складову та візуально-графічну.

**Література:**

1. Психология в рекламе: искусство манипуляции общественным сознанием. – Москва, 2011. – 236 с.
2. Селезньов В. В. Основи ринкової економіки України – [http://pidruchniki.ws/17240214/ekonomika/zasobi\\_nosiyi\\_informatsiyi](http://pidruchniki.ws/17240214/ekonomika/zasobi_nosiyi_informatsiyi)
3. Ярош Б. О., Ярош О. Б. Загальна теорія політики: Навч. посіб. для студ. спец. «Політологія» вищ. навч. закладів. – Луцьк : РВВ «Вежа» Волин. держ. ун-ту ім. Лесі Українки, 2005. – 240 с.
4. Petrilli S., Ponzio A. Thomas Sebeok and the Signs of Life. – Cox&Wyman Ltd., UK, 2001. – 78 p.
5. Pictograms, Icons & Signs. A guide to information graphics by Rayan Abdullah and Roger Huebner. – Thames & Hudson Ltd, London, and Thames & Hudson Inc., New York, 2008. – 243 p.
6. [http://uk.wikipedia.org/wiki/Засоби\\_масової\\_інформації](http://uk.wikipedia.org/wiki/Засоби_масової_інформації)

Сеттарова М. Д.,

Крымский инженерно-педагогический университет, г. Симферополь

## ДИНАМИКА РАЗВИТИЯ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА В США

*В статье излагается исторический обзор возникновения и развития английского языка на территории США. Также рассматриваются лингвистические и экстралингвистические факторы, которые оказали влияние на дальнейшую языковую интерференцию и становление американского варианта английского языка как самостоятельного лингвистического явления.*

**Ключевые слова:** американский английский, вариантность, региональный диалект, территориальная вариативность.

*У статті викладається історичний огляд виникнення і розвитку англійської мови на території США. Також розглядаються лінгвістичні та екстралінгвістичні фактори, які вплинули на подальшу мовну інтерференцію і становлення американського варіанту англійської мови як самостійного лінгвістичного явища.*

**Ключові слова:** американський англійський, варіантність, регіональний діалект, територіальна варіативність.

*The paper presents a short history of the origins and development of the English language in the United States. The article provides an overview of the linguistic and extralinguistic factors that has had an impact on the language interference and the formation of American English as an independent linguistic phenomenon.*

**Keywords:** American English, variety, a regional dialect, territorial variation.

Данная работа посвящена описанию некоторых проблем формирования и диверсификации американского варианта английского языка (ААЯ). Цель статьи – рассмотреть особенности территориальной и региональной вариативности современного английского языка в США. Для достижения цели были выдвинуты следующие задачи:

- осуществить краткий обзор раннего и позднего этапов развития ААЯ;
- охарактеризовать наиболее выраженные особенности региональных вариантов ААЯ;
- проследить динамику формирования ААЯ.

Одним из наиболее широко распространённых языков сегодня является английский язык. Работы Блумфильда Л., Бронштейна А., Лабова У., Макдэвида Р., Менкена Г., Вольфрама У., Швейцера А. Д. и других ученых внесли огромный вклад в изучение территориальной и региональной вариативности языковых систем.

В Северную Америку английский язык впервые проник в начале XVII в., в 1607 г. была основана первая колония англичан [14]. С этого времени начинается история английского языка на территории США как самостоятельного лингвистического явления. Выделяют два периода в истории английского языка в США:

- ранний период (XVII – XVIII вв.), который характеризуется формированием американских диалектов английского языка;
- поздний период (XIX – XX вв.), который характеризуется созданием американского варианта английского языка. Наиболее яркой и характерной чертой рассматриваемого промежутка времени (XIX в.) является дальнейшее обособление английского языка в Америке от британского и создание в США английского литературного языка.

Таким образом, английский язык в США, равно как и в других регионах своего распространения был принесён в Северную Америку британскими колонистами в XVII-XVIII веках, после чего под влиянием разнообразных внешних и внутренних факторов, в нём развился целый ряд своеобразных черт на всех языковых уровнях [14].

В XVII веке английский язык варьировал в зависимости от местности и от социального слоя, к которому принадлежал говорящий, в гораздо большей степени, чем теперь. Однако значительное количество диалектов ААЯ были сформированы в конце XVIII века [10, с. 82]. Первые два века британские переселенцы принесли английский язык на территорию побережья Атлантического океана. В следствие образовались более или менее этнически *однородные группы* переселенцев на восточном регионе побережья. Региональные различия в диалектах оказались более существенными на западной части региона [15].

Так же к смешиванию диалектов и относительно равновесной языковой ситуации привели такие исторические события как Луизианская покупка (1803г.), Калифорнийская золотая лихорадка (1848-1855гг.) и строительство трансконтинентальной железной дороги в 1869 году [14, с. 361]. Дальнейшее языковая интерференция вносилась более поздними иммигрантами из Англии в США, поскольку английский язык их родной страны претерпевал многочисленные изменения на протяжении XVIII, XIX и XX веков, в том числе южной и восточной Европы, Азии, Южной и Центральной Америки [7].

Соответственно, вышеуказанные процессы привели к территориальной вариативности американского варианта английского языка. Наиболее отличительные признаки, которые сформировали американский вариант английского языка, приходятся на XX век. Современная языковая ситуация в США характеризуется наличием «диглоссии» [4]. Термин «диглоссия» обозначает взаимодействие различных социально противопоставленных друг другу подсистем одного языка [5].

Другим существенным аспектом лингвистики является языковая вариативность. Под термином «вариативность» в данной работе понимается – процесс развития и изменения языка, который указывает на наличие способности к видоизменению, проявляющийся в речи, «вариантность» – разнотипность речи, определяемые различными условиями ее употребления, а также различиями в социальной и территориальной принадлежности говорящих лиц [1, с. 71]. Необходимо выделить, что вариативность является неотъемлемой частью принципов организации и построения языковой системы. Вариативность способствует изменению характера языковой системы, диверсификации языковых единиц и определяет наличие таких понятий как диалект и акцент. Так,

языковая ситуация в Англии отличается от ситуации в Соединенных Штатах, в частности, тем, что британский вариант литературного английского языка характеризуется относительно высокой степенью унификации нормы на всех уровнях, тогда как в американском варианте отмечается широкий диапазон региональной вариативности нормы на фонетическом уровне [6, с. 34].

Таким образом, количество выделяемых диалектных зон варьируется от трех (Север, Юг и Мидленд) [3, с. 364] – до двадцати четырех и более [12, с. 120]. Систематизировав данные по региональной вариативности английского языка в США, можно отметить 8 основных групп территориальных диалектов:

1) диалекты Новой Англии (the New England Dialects), характеризующиеся выпадением [r] в конечной и предконсонантной позициях;

2) диалекты Нью-Йорка (the New York Dialects), произношение которых до сих пор сохранило остаточные следы влияния голландского языка. В частности, сонант [r] в поствокальной позиции опускается, [ɜr] произносится как [ɔ] thirty [tɔti], а [ɔr] как [ɜr] toilet [tɔrlət]; Межзубный звук [θ] произносится как [t] three [tri:], а [ð] как [d] those [dɔuz];

3) диалекты Великих Озер (the Great Lakes Dialects), отличительной чертой которых является сдвиг или изменение места артикуляции *гласной фонемы* [12, с. 121]. Происходит замена одной гласной фонемы на другую, и для носителей других диалектов Ann звучит как Ian, bit как bet, bet как bat или but, lunch как launch, talk как tuck, locks как lax. Также особенностью данного диалекта является произношение фонемы [r] после гласного звука, так называемое «эрное» произношение или «эрность» (англ. термин «rhotic pronunciation», «rhoticity»). Американский вариант принято считать «эрным» типом в отличие от британского «безэрного» типа, хотя в американском варианте тоже встречаются случаи «безэрного» произношения (например диалект восточной части Новой Англии), равно как и в ряде британских диалектов наблюдается «эрное» произношение [2, с. 16].

Еще одной особенностью американского варианта английского языка является разновидность фонемы [r], так называемое «ретрофлексное [r]». Поскольку Североамериканский регион сохраняет поствокальный ретрофлексный звук [r] в словах типа *bird* «птица», *board* «доска» и в конечной позиции – *far* «далекий», *core* «ядро», который отсутствует в стандартном английском. Этот аллофон реализуется при сочетании с предшествующим звуком [2, с. 17].

4) диалекты Верхнего Среднего Запада (the Upper Midwest Dialects); в которых происходит монофтонгизация дифтонгов, что является следствием скандинавского влияния и влияния канадского варианта английского языка. Сильная «эрность» наблюдается также в северной и западной части США, так как эти районы были населены ирландско-шотландскими иммигрантами [15, с. 98-99];

5) диалекты Мидлэнда (средней части страны) (the Midland Dialect). Каждый из городов этой группы диалектов имеет свои местные особенности [13];

6) западные диалекты (the Western Dialects) стали выделяться лингвистами в отдельную группу сравнительно недавно. В начале XX века на огромной территории США (Запад и Мидлэнд) не существовало значительных фонетических отличий. Эти отличия стали заметны после миграции населения на запад. Западные диалекты характеризуются, во-первых, отсутствием фонематических различий в словах типа *cot* и *caught*. Во-вторых, дифтонгоид заднего ряда [u:] произносится как гласный более переднего ряда [13].

В группе западных диалектов было бы целесообразно выделить в особую подгруппу Калифорнийский диалект, который с 60-70-х годов XX-го века (благодаря его доминирующей роли в индустрии развлечений) фактически становится произносительной нормой [15]. В Калифорнии подобно Северному и Южному сдвигу происходит изменение всей системы гласных, так называемый Калифорнийский сдвиг гласных. Перед носовыми сонантами гласные переднего ряда сужаются, например, *king* звучит как *keen*, *gang* как *rain*. Происходит монофтонгизация дифтонгов в таких словах, как *boat* и *bait*, централизация гласных заднего ряда, а также палатализация предшествующих согласных, что находит отражение и на письме (например, *too cool* – «*tew kewl*»).

7) диалекты Южного Горного района (the Mountain Southern Dialects), отличительной чертой которых является так называемый *Southern drawl*, особая манера говорить, растягивая гласные звуки. К другим особенностям можно отнести добавление гласного призвуча [a] к герундию и причастию I (*a-going*), а буквосочетание «*th*» в конце слов произносится как [f];

8) диалекты Южного побережья (the Coastal Southern Dialects), характеризующиеся выпадением [r]. Этим диалектам также свойственен так называемый певучий говор южан (*Southern drawl*). В южных диалектах, подобно северным, происходит сдвиг гласных, получивший название Южный сдвиг гласных (the Southern Shift). При этом дифтонг [ai] звучит как [ei]; [ei] в некоторых диалектах как [ai]. Гласные заднего ряда (ядро дифтонга [ou], дифтонгоид [u:]) становятся гласными среднего ряда. В гласных звуках [i], [i:] появляется призвуч [j] [13].

Следует отметить, что наибольшее разнообразие диалектов скапливается на восточном побережье [12, с. 132]. Это объясняется тем, что первые иммигранты занимали южную часть страны, в то время как западные районы не подвергались поселению до XIX века [10, с. 82]. Именно по этой причине канадский вариант английского языка отличается относительной общностью, за исключением диалекта Ньюфаундленд. Так как иммигранты, которые обосновались в районах Ньюфаундленда прибыли в основном из Ирландии и юго-западной Англии [14, с. 212].

На формирование диалектных различий в американском варианте английского языка оказали влияние следующие факторы:

– процесс заселения Америки выходцами из различных регионов Англии, говорящих на своих территориальных диалектах. Первоначальное разделение американских колоний на Север и Юг предопределило последующее развитие территориальных диалектов США. Этим объясняется тот факт, что современные американские региональные диалекты в большей степени отличаются по оси Север – Юг, чем по оси Запад – Восток [7, с. 36];

– в XX веке наблюдается пребывание новых групп людей в Северную Америку, из Вьетнама, Китая. Также сильная иммиграция людей из Латинской Америки и Азии оказывают существенное влияние на ААЯ [11, с. 261]. В Техасе, Нью-Мексико и Флориде, многие из испанских иммигрантов, которые говорят на так называемым испанском английском (термин на англ. яз. *Hispanic English*), данный тип произношения рассматривается как региональный диалект ААЯ [15, с. 114];

– в американском варианте английского языка невозможно четко определить границы того или иного территориального диалекта из-за непрекращающегося потока иммигрантов и миграции внутри страны. Жители сельских районов, переехав в крупные города, продолжают говорить на родном диалекте. Однако такие факторы как урбанизация, телевидение и интернет оказывают существенное влияние на формы первоначального регионального диалекта, что приводит к общности языка, а порой и к исчезновению диалекта (*Dialect Endangerment*) [15, с. 118]. Тем не менее, сложно прогнозировать насколько сильным окажется влияние миграции, иммиграции на ААЯ в будущем. Некоторыми лингвистами отмечается, что основные региональные диалекты будут существовать и в XXI веке [15, с. 121]. Но также выдвигается точка зрения, что сохраняются основные характерные черты определенного диалекта. [9, с. 418].

Итак, языковые изменения ААЯ обусловлены как внутренними, так и внешними факторами. Современная языковая ситуация в США характеризуется тем, что английской речи свойственна большая вариативность произносительных норм, нашедшая отражение в равноправном существовании нескольких региональных типов произношения. Не смотря на это, ААЯ имеет стандартный, закреплённый в образовательной системе и СМИ ряд свойств в области орфографии, грамматики, лексики.

### Литература:

1. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов / О. С. Ахманова. – М. : Сов. Энциклопедия, 1966 – 608 с.
2. Безрукая А. Н. Лексико-семантические и фонетические манифестации языковой вариативности (на материале английского языка Великобритании, США и Канады): автореф. дис. канд. филол. наук: спец. 10.02.19 «Теория языка» / А. Н. Безрукая. – Белгород, 2009. – 19 с.
3. Макдэвид Р. И. Диалектные и социальные различия в городском обществе / – М. : 1975. – С. 363-381 (Новое в лингвистике. вып. VII. Социолингвистика)
4. Назарова А. О. Вариативность интонационного оформления регионально маркированного текста: автореф. дис. канд. филол. наук: спец. 10.02.04 «Германские языки» / А. О. Назарова. – Иваново, 2009. – 18 с.
5. Швейцер А. Д. Социолингвистика: лингвистический энциклопедический словарь / А. Д. Швейцер. – М. : Советская энциклопедия, 1990. – С. 481-482.
6. Швейцер А. Д. Социальная дифференциация английского языка в США / А. Д. Швейцер. – М. : Наука, 1983. – 216 с.
7. Boberg, Charles. English in Canada: phonology: Handbook of Varieties of English Volume 1: Phonology [Boberg Charles, Ed. Edgar W., Schneider et al. – Berlin : Mouton de Gruyter, 2004. – С. 351-365.
8. Crystal D. The Cambridge Encyclopedia of the English Language / D. Crystal. – Cambridge : Cambridge University Press, 1995. – 489 p.
9. Finegan, Edward. English in North America. A History of the English Language / Finegan E., Ed. Richard Hogg and David Denison. – Cambridge : Cambridge University Press, 2006. – pp. 385-419.
10. Gunnel, Melchers. World Englishes / Gunnel M., Philip Shaw. – London : Arnold Publishers, 2003. – 256 p.
11. Kretzschmar, A. Standard American pronunciation: Handbook of Varieties of English Volume 1: Phonology. / Kretzschmar A., William, Jr., Ed. Edgar W. Schneider et al. – Berlin : Mouton de Gruyter, 2004. – pp. 257-269.
12. Labov, William. The Atlas of North American English Phonetics, Phonology and Sound Change / William Labov et al. – New York, Mouton de Gruyter, 2006. – P. 120.
13. Nikolenko A. G. English lexicology: Theory and practice / A. G. Nikolenko. – Vinnitsya : Nova Knih, 2007. – 528 p.
14. Schneider, W. Edgar. Introduction: varieties of English in the Americas and the
15. Caribbean: Handbook of Varieties of English Volume 2: Morphology and Syntax / Schneider, W. Edgar, Ed. Bernd Kortmann et al. – Berlin : Mouton de Gruyter, 2004. – pp. 211-220.
16. Walt, Wolfram. American English: Dialects and Variation / Walt, Wolfram, Natalie Shilling-Estes. – Oxford : Blackwell Publishers, 1998. – 472 p.

Сікорський Т. В.,

Буковинський державний фінансово-економічний університет, м. Чернівці

## ЦІНІСНИЙ КОМПОНЕНТ ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ (на матеріалі політичних промов Б. Обами та М. Ромні)

*Стаття присвячена вивченню евалюативного компонента політичного дискурсу кандидатів у президенти Б. Обами та М. Ромні. Здійснено функціонально-семантичний аналіз політичного дискурсу кожного політика.*

**Ключові слова:** політичний дискурс, концепт, риторика, концептосфера, евалюативний компонент, лексема.

*Статья посвящена изучению эвалюативного компонента политического дискурса кандидатов в президенты Б. Обамы и М. Ромни. Осуществлен функционально-семантический анализ политического дискурса каждого политика.*

**Ключевые слова:** политический дискурс, концепт, риторика, концептосфера, эвалюативный компонент, лексема.

*The present paper is a study of the evaluative component of the political discourse of the presidential candidates Barack Obama and Mitt Romney. The functional semantic analysis of both politicians' discourse is undertaken.*

**Keywords:** political discourse, concept, rhetoric, conceptual system, evaluative component, lexeme.

Базові концепти політичного дискурсу загалом потребують висвітлення їх системоутворюючі функції та семантичної особливості. Класичними працями, де досліджено проблеми дискурсу, можна назвати наукові праці Ю. Габермаса (2003), Т. ван Дейка (1983) та М. Фуко (2006). Деякі аспекти політичного дискурсу знаходять своє відображення в роботах зарубіжних та вітчизняних науковців, серед яких слід відзначити М. Ільїна (1995), С. Переверзева (2006), Є. Кожем'якіна (2006), Г. Почепцова (1998), В. Павлуцьку (2008), та М. Гейса, (1998), В. Михайленка (2011), М. Ончуленка (2012). У статті піднімається проблема ролі оцінного концепту в американському політичному дискурсі на прикладі передвиборних промов Б. Обами та М. Ромні, які складають сучасний політичний дискурс Америки останньої декади ХХст. та першої декади ХХІ ст.

У статті здійснено також функціонально-семантичний аналіз політичних промов кандидатів у президенти США та визначено їх жанрову класифікацію. Об'єктом дослідження виступають лексеми із спільним оцінним компонентом, які можна вважати домінантним засобом репрезентації концепта «евалюативності» в американському політичному дискурсі. Матеріалом дослідження стали політичні промови кандидатів на посаду президента США Б. Обами та М. Ромні 2012 р.

Недостатня вивченість мовознавцями евалюативної «маркованості» політичного дискурсу ХХІ століття у з'явленому аспекті обумовлюють актуальність проблеми. Наукова новизна дослідження полягає в аналізі евалюативного компоненту у промовах американських політиків.

Для президентської риторики США як складової політичного дискурсу, на думку О. Фоменко, характерна ціннісна орієнтація, дотримання принципу політичної коректності, посилена увага до проблем прав жінок та етнічних меншин [2, с. 18].

Розглядаючи словниковий склад мови як ключ до етнофілософії, історії та політології, А. Вежицька виділяє концепти, терміни філософії та політології, такі як «parliament, oath, democracy», з одного боку, та неспеціальні концепти, що репрезентуються лексемами «freedom», «justice», «truth» – з іншого [1, с. 441].

Іншу класифікацію концептів, які функціонують у політичній сфері, запропонувала Е. І. Шейгал. Автор вирізняє концепти з точки зору основних аспектів філософського осмислення політичного світу: політичної онтології, ідеології та аксіології [3, с. 24-26]. На основі наведеної класифікації, ми зробили спробу представити класифікацію концептів, що відображає специфіку когнітивної організації американського політичного дискурсу останньої декади ХХ ст. та першої декади ХХІ ст.

Завдяки аналізу евалюативної насиченості «меседжів» політичних промов Б. Обами та М. Ромні, ми поділили всі ціннісні одиниці на *загальнодержавні, загальнолюдські та релігійні*. До *загальнодержавних* цінностей належать такі, що спрямовані на висвітлення орієнтирів, важливих для розвитку народу, незалежно від особливостей географічного, ідеологічного чи культурного чинників регіону (health care, education, future, liberty, security, history), наприклад:

Барак Обама: «*I'll be the President who finally brings Democrats and Republicans together to make health care affordable and available for every single American*» [4].

Загальнолюдські цінності – це будь-які матеріальні чи духовні явища, які мають велике значення для конкретної особистості. Б. Обама: «*But there is one thing on this February night that we do not need the final results to know – our time has come, our movement is real, and change is coming to America*» [4].

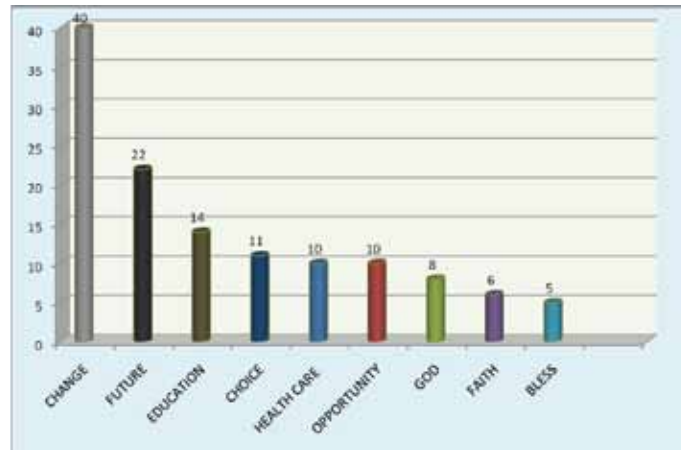
Релігійні цінності формують групу важливих концептів, які, у свою чергу, формують концептосферу «релігія», яка побудована за семантичною шкалою «добро – зло». Сакральні цінності у житті суспільства й особистості виконують важливу ціннісно-регулятивну функцію, наприклад:

Б. Обама: «*Thank you, and may God bless you and the United States of America*» [4].

Порівняємо використання цінностних одиниць у промовах М. Ромні.

Текст досліджених політичних промов М. Ромні містить 21 лексичну одиницю, що позначають концепт «freedom», 17 – концепт «history» та 11 – концепт «future». Міт Ромні: «*In a turbulent world, Poland stands as an example and defender of freedom*» [5]. Варто зазначити, що ціннісний компонент, вербалізований загальнодержавними концептами, переважає у промовах М. Ромні.

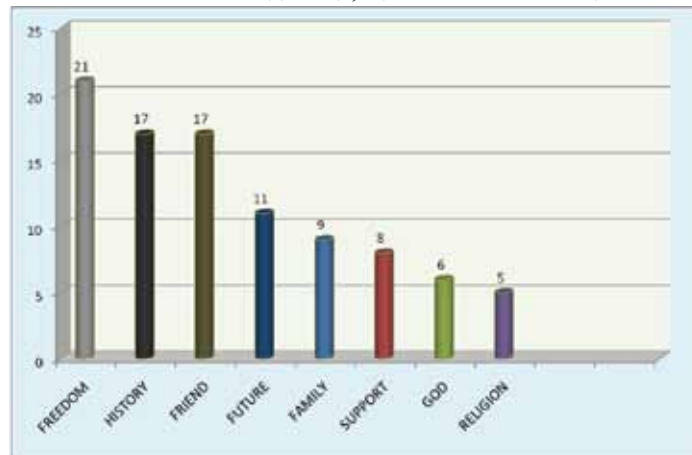
Загальнолюдський компонент у політичній промові М. Ромні представлений наступними концептами: «*After that stay in England, I visited the State of Israel – a friend of your country and mine*» [5].



**Рис. 1. Порівняльна характеристика кількісних даних евалюативних компонентів у промовах Б. Обами**

Текст досліджених політичних промов М. Ромні містить 17 лексичних одиниць, що позначають концепт «friend», 9 – концепт «family» та 8 концепт «support». Отож, частка концептів, що містять прототип загальнолюдської цінності є домінуючою у тексті досліджених політичних промов Б. Обами.

Текст політичних промов М. Ромні насичений релігійним ціннісним компонентом: «They came not just in pursuit of the riches of this world but for the richness of this life. Freedom. Freedom of religion». [5]. Текст досліджених політичних промов М. Ромні містить 6 лексичних одиниць, що позначають концепт «God», 5 – концепт «religion».



**Рис. 2. Порівняльна характеристика кількісних даних евалюативних компонентів у промовах М. Ромні**

Як бачимо, концепти із конотацією загальнодержавних цінностей, посідають чільне місце серед високо частотних концептів у промовах Б. Обами та М. Ромні. Частка концептів, які містять прототип загальнолюдської та релігійної цінності домінантна у політичному дискурсі Б. Обами.

Отже, порівняльний аналіз політичних семантизації концепта «евалюативності» політичному дискурсі Барака Обами та Міта Ромні, свідчить про значні відмінності у ціннісній орієнтації політичного дискурсу кандидатів на посаду президента США. Концепти, що репрезентують загальнодержавні цінності переважають у концептосфері «політик», актуалізований в ідіолекті М. Ромні. Він вдало оперує цінностями, що не залежать від класових інтересів, симпатій, уподобань, однаковими для представників усіх класів і верств суспільства. Концепти, що репрезентують загальнодержавні цінності, широко актуалізовані в ідіолекті Б. Обами. Частка лексем, що репрезентують релігійні цінності, домінує у політичних промовах Б. Обами.

**Перспектива дослідження** полягає у подальшому аналізі політичного дискурсу з погляду расового та гендерного чинника на його ціннісну орієнтацію.

**Література:**

1. Вежбицкая А. Семантические универсалии и описание языков. – М. : 1999. – С. 441.
2. Фоменко О. С. Лінгвістичний аналіз сучасного політичного дискурсу США (90-ті роки ХХ століття). Автореф. дис...канд. філол. наук: 10.02.04 / Київський ун-т ім. Тараса Шевченка. – К., 1998. – С. 18.
3. Шейгал Е. И. Культурные концепты политического дискурса // Коммуникация: теория и практика в различных социальных контекстах. – Пятигорск : 2002. – С. 24-26.
4. Barack Obama Super Tuesday: [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://obamaspeeches.com/E02-Barack-Obama-Super-Tuesday-Chicago-IL-February-5-2008.htm>.
5. Mitt Romney: [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://mittromneycentral.com/speeches/2012-speeches/083012-romney-accepts-the-gopnomination-in-tampa/>

Сулейманова Н. В.,  
Донбаський державний технічний університет, м. Алчевск

## К ВОПРОСУ О ПРОБЛЕМЕ ЭКВИВАЛЕНТНОСТИ И АДЕКВАТНОСТИ ПЕРЕВОДА НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКИХ ТЕРМИНОВ

*У статті розглянуто проблема адекватності та еквівалентності у науково-технічних текстах при перекладі з англійської мови на українську мову. Розглянуті відмінності у перекладі англійських та українських текстів. Виявлені прийоми досягнення еквівалентності і адекватності. У статті були запропоновані підходи до вирішення проблеми перекладацької еквівалентності.*

**Ключові слова:** еквівалентність, адекватність, тотожність, переклад, перекладацькі трансформації.

*В статье рассматривается проблема адекватности и эквивалентности в научно-технических текстах при переводе с английского языка на русский язык. Рассмотрены различия в переводе английских и русских текстов. Выявлены приемы достижения эквивалентности и адекватности. В статье были предложены подходы к решению проблемы переводческой эквивалентности.*

**Ключевые слова:** эквивалентность, адекватность, тождественность, перевод, переводческие трансформации.

*The problem of adequacy and equivalence in scientific and technical texts during translating from English into Ukrainian is examined in the article. Distinctions are considered in translating of English and Ukrainian texts. The receptions of achievement of equivalence and adequacy are exposed. In the article were offered approach to the decision of problem of translating equivalence.*

**Key words:** equivalence, adequacy, identity, translation, translating transformations.

Перевод является одним из древнейших видов человеческой деятельности, это сложный и многогранный процесс. Обычно говорят о переводе «с одного языка на другой», но, в действительности, в процессе перевода происходит не просто замена одного языка другим. В переводе сталкиваются различные культуры и традиции, разные складывания мышления, разные литературы, разные эпохи и разные уровни развития. [1, с. 15]

Проблема эквивалентности в переводе занимает центральное место в лингвистическом переводоведении поскольку эквивалентность исходного и переводного текстов выступает минимальным, констатирующим условием перевода [2, с. 109]. Изучение переводческой эквивалентности не может не представлять интереса и для сопоставительного языкознания, так как любое сравнение двух языков предполагает рассмотрение их взаимной переводимости. [7, с. 18].

Специфика перевода, отличающая его от всех других видов языкового посредничества, заключается в том, что он предназначен для полноправной замены оригинала и что рецепторы перевода считают его полностью тождественным исходному тексту. Вместе с тем, очевидно, что абсолютная тождественность перевода оригиналу недостижима и что это отнюдь не препятствует осуществлению межъязыковой коммуникации. [2, с. 38]

Вследствие отсутствия тождества отношение между содержанием оригинала и перевода был введен термин «эквивалентность», обозначающий общность содержания, т. е. смысловую близость оригинала и перевода. Поскольку важность максимального совпадения между этими текстами представляется очевидной, эквивалентность обычно рассматривается как основной признак и условие существования перевода. [3, с. 12]

Из этого вытекает три следствия. Во-первых, условие эквивалентности должно включаться в само определение перевода. Во-вторых, понятие «эквивалентность» приобретает оценочный характер: «правильным», переводом признается только эквивалентный перевод. В-третьих, поскольку эквивалентность является условием перевода, задача заключается в том, чтобы определить это условие, указав, в чем заключается переводческая эквивалентность, что должно быть обязательно сохранено при переводе.

И. А. Д. Швейцер различает понятия эквивалентности и адекватности перевода. По его мнению, эквивалентность означает соответствие текста перевода исходному, а адекватность означает соответствие перевода как процесса данным коммуникативным условиям. Полная эквивалентность подразумевает исчерпывающую передачу коммуникативно-функционального инварианта, т. е. речь идет о максимальном приближении текста перевода к оригиналу, о максимальных требованиях, предъявляемых переводу. Требование адекватности же носит оптимальный характер: перевод должен оптимально соответствовать определенным коммуникативным целям и задачам [4, с. 94].

Достижение эквивалентности перевода является целью переводчика. Цель же, по выражению К. Маркса, «как закон», определяет способ и характер действий субъекта. Поэтому адекватность представлений о сущности переводческой эквивалентности является решающей предпосылкой эффективности работы переводчика.

Переводчик-профессионал всегда добьется практической информативной эквивалентности перевода подлиннику, но в теоретическом плане она, эта эквивалентность, весьма различна. Можно заранее утверждать, что любой перевод никогда не будет абсолютно идентичен каноническому тексту оригинала. Эквивалентность перевода подлиннику всегда понятие относительное. И уровень относительности может быть весьма различным. Степень сближения с оригиналом зависит от многих факторов: от мастерства переводчика, от особенностей сопоставляемых языков и культур, эпохи создания оригинала и перевода, способа перевода, характера переводимых текстов и т. п. Нас будет интересовать последний из названных факторов. Но прежде разберемся в терминах [5, с. 76].

В теории и практике перевода оперируют такими сходными понятиями, как эквивалентность, адекватность и тождественность. В широком плане эквивалентность понимается как нечто равноценное, равнозначное чему-либо, адекватность – как нечто вполне равное, а тождество – как нечто обладающее полным совпадением, сходством с чем-либо.



Хотя, конечно, понятия адекватности, тождественности, полноценности и даже аналогичности остаются в том же семантическом поле, что и термин «эквивалентность» и иногда дублируют друг друга. На наш взгляд, под эквивалентностью, в теории перевода следует понимать сохранение относительного равенства содержательной, смысловой, семантической, стилистической и функционально – коммуникативной информации, содержащейся в оригинале и переводе. Следует особо подчеркнуть, что эквивалентность оригинала и перевода – это прежде всего общность понимания содержащейся в тексте информации, включая и ту, которая воздействует не только на разум, но и на чувства реципиента и которая не только эксплицитно выражена в тексте, но и имплицитно отнесена к подтексту. Эквивалентность перевода зависит также от ситуации порождения текста оригинала и его воспроизведения в языке перевода.

Такая трактовка эквивалентности отражает полноту и многоуровневость этого понятия, связанного с семантическими, структурными, функциональными, коммуникативными, прагматическими, жанровыми и т. п. характеристиками. Причем все указанные в дефиниции параметры должны сохраняться в переводе, но степень их реализации будет различной в зависимости от текста, условий и способа перевода [6, с. 25].

Совершая перевод сам переводчик не должен привносить в текст сообщения элемент своего собственного восприятия, отличного от восприятия этого сообщения тем получателем, которому оно было адресовано. На самом деле восприятие переводчика и любого из получателей речи не способно оказаться одинаковым в силу самых различных личностных, культурных и социальных причин.

Цель перевода состоит не в подгонке текста под чье-то восприятие, а в сохранении содержания, функций, стилевых, стилистических, коммуникативных и художественных ценностей оригинала. И если эта цель будет достигнута, то и восприятие перевода в языковой среде перевода будет относительно равным восприятию оригинала в языковой среде оригинала. Преувеличение роли коммуникативно-функционального фактора в переводе приводит к размыванию внутреннего содержания, информативной сути самого текста, оригинала и перевода, к замещению сущности объекта реакцией на него со стороны воспринимающего субъекта. Определяющим становится не сам текст, а его коммуникативная функция и условия реализации.

Коммуникативно-функциональная эквивалентность является понятием относительным, одним из важных, но не основных компонентов понятия переводческой эквивалентности.

Следует решительно подчеркнуть, что главное в любом переводе – это передача смысловой информации текста. Все остальные ее виды и характеристики, функциональные, стилистические (эмоциональные), стилевые, социолокальные и т. п. не могут быть переданы без воспроизведения смысловой информации, так как все остальное содержание компонентов сообщения наслаивается на смысловую информацию, извлекается из нее, подсказывается ею, трансформируется в образные ассоциации и т. п.

Можно обнаружить три основных подхода к определению понятия «эквивалент». До последнего времени в переводоведении ведущее место принадлежало лингвистическим теориям перевода, в которых доминирует традиционное представление о том, что главную роль в переводе играют языки. При таком подходе задачи переводчика могут быть сведены к максимально точной передаче текста оригинала языком перевода в его полном объеме.

Некоторые определения перевода фактически подменяют эквивалентность тождественностью, утверждая, что перевод должен полностью сохранять содержание оригинала. А. В. Федоров, например, используя вместо «эквивалентности» термин «полноценность», говорит, что эта полноценность включает «исчерпывающую передачу смыслового содержания подлинника». Однако этот тезис не находит подтверждения в наблюдаемых фактах, и его сторонники вынуждены прибегать к многочисленным оговоркам, которые фактически противоречат исходному определению.

Так, Бархударов оговаривает, что о неизменности «можно говорить лишь в относительном смысле», что «при переводе неизбежны потери, т. е. имеет место неполная передача значений, выражаемых текстом подлинника». Отсюда Бархударов делает закономерный вывод, что «текст перевода никогда не может быть полным и абсолютным эквивалентом текста подлинника».

Такой подход к переводу дал основания для появления так называемой теории непереводимости, согласно которой перевод вообще невозможен. Безусловно, уникальность словарного состава и грамматического строя каждого языка, не говоря уже о различии культур, позволяет утверждать, что полное тождество текстов оригинала и перевода в принципе невозможно. Однако, утверждение о том, что невозможен и сам перевод, весьма спорно.

Второй подход к решению проблемы переводческой эквивалентности заключается в попытке обнаружить в содержании оригинала какую-то инвариантную часть, сохранение которой необходимо и достаточно для достижения эквивалентности перевода.

Наиболее часто на роль такого инварианта предлагается либо функция текста оригинала, либо описываемая в этом тексте ситуация. Иными словами если перевод может выполнить ту же функцию или описывает ту же самую реальность, то он эквивалентен.

Однако, какая бы часть содержания оригинала ни избиралась в качестве основы для достижения эквивалентности, всегда обнаруживается множество реально выполненных и обеспечивающих межязыковую коммуникацию переводов, в которых данная часть исходной информации не сохранена. И, наоборот, существуют переводы, где она сохранена, однако, они не способны выполнять свою функцию в качестве эквивалентных оригиналу. В таких случаях мы оказываемся перед неприятным выбором: либо отказать подобным переводам в праве быть переводами, либо признать, что инвариантность данной части содержания не является обязательным признаком перевода. [4, с. 49]

Третий подход к определению переводческой эквивалентности можно назвать эмпирическим, он представлен в работах В. Н. Комиссарова. Суть его заключается в том, чтобы не пытаться решать, в чем должна состоять общность перевода и оригинала, а сопоставить большое число реально выполненных переводов с их оригиналами

и выяснить, на чем основывается их эквивалентность. Прделав такой эксперимент, Комиссаров сделал вывод о том, что степень смысловой близости к оригиналу у разных переводов неодинакова, и их эквивалентность основывается на сохранении разных частей содержания оригинала.

Перевод считается плохим, если его получатель будет постоянно или периодически ощущать, что он имеет дело с текстом, переведенным с иностранного языка. Это мешает полноценному восприятию содержания текста и обычно это случается, когда в переводе переносятся нормы исходного языка в язык перевода.

Часто между требованием исчерпывающей передачи смыслового содержания исходного текста и требованием соблюдения норм языка перевода возникает противоречие. Оно является одним из постоянных и наиболее типичных факторов процесса перевода. Это противоречие преодолевается с помощью ряда способов, называемых приемами достижения адекватности перевода. Это такие приемы как конкретизация, генерализация, смысловое значение, антонимический перевод, синтаксические трансформации, перераспределение содержания, сопровождаемое изменением синтаксической структуры фразы. Последний прием обусловлен несовпадением выразительных средств исходного языка и переводящего языка в плане лексики и грамматики.

При перераспределении содержания значение одного слова может перераспределяться на несколько слов и наоборот. Возможно при этом изменение категориальной принадлежности слов, например, вместо существительного используется глагол, вместо прилагательного – наречие.

Во многих случаях оправданным и необходимым является применение переводческих трансформаций, ведь зачастую встречаются научно-технические тексты, части и даже отдельные предложения которых не поддаются дословному переводу, либо в силу особенностей конструкций, несвойственных русскому языку, либо в связи с присутствием в тексте тех или иных не поддающихся переводу оборотов, выражений или терминов.

По словам Л. С. Бархударова, все виды преобразований или трансформаций осуществляемых в процессе перевода можно свести к четырем элементарным типам (перестановки, замены, добавления, опущения).

Использование этих приемов помогает решить проблему достижения адекватного перевода.

Основное требование к языку технической литературы – это точное и четкое изложение, описание и объяснение фактов. Главный упор делается на логическую, а не эмоциональную сторону информации. Автор стремится исключить возможность произвольного толкования существа предмета. Поэтому в технической литературе почти не используются такие выразительные средства, как метафора, метонимия и т. п., и изложение носит несколько суховатый, формальный характер.

Можно сделать вывод, что основное требование к языку технической литературы – это точное и четкое изложение, описание и объяснение фактов. Существуют различия в переводе английского и научно-технического текста. А также мы выяснили, что между требованием исчерпывающей передачи смыслового содержания исходного текста и требованием соблюдения норм языка перевода часто возникает противоречие.

#### **Литература:**

1. Айзенкок С. М., Багдасарова Л. В., Васина Н. С., Глущенко И. Н. «Научно–технический перевод». – Ростов-на-Дону : Феникс, 2003.
2. Комиссаров В. Н. Современное переводоведение / В. Н. Комиссаров Курс лекций. – М., 2000.
3. Наер В. Л. К описанию функционально–стилевой системы современного английского языка // Лингвостилистические особенности научного текста. – М., 1981. – С. 3-13.
4. Реформатский А. А. Введение в языкознание. – М., 1955.
5. Скороходько Э. Ф. Вопросы перевода английской технической литературы. – Киев : Изд-во Киевского университета, 1963. – 91 с.
6. Стрелковский, Латышев Л. К. – Научно-технический перевод / Г. М. Стрелковский. – М., 1980. – 128 с.
7. Якобсон Р. О лингвистических аспектах перевода / Р. Якобсон // Вопросы теории перевода в зарубежной лингвистике. – М., 1978. – С. 16-24.

**Тесленко О. А.,**  
Запорожский национальный университет, г. Запорожье

## ФЕНОМЕНОЛОГИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РУССКОЯЗЫЧНОЙ СМС-КОММУНИКАЦИИ

*Данная статья посвящена лингвистическому анализу русскоязычного СМС-дискурса. В работе рассматриваются технические параметры СМС-коммуникации, которые являются лингвистически релевантными факторами. Анализируется влияние этих параметров на язык текстов СМС-сообщений.*

**Ключевые слова:** СМС-коммуникация, СМС-сообщение, письменный разговорный язык, детерминанты.

*Стаття «Феноменологічна характеристика російськомовного СМС-спілкування» присвячена лінгвістичному аналізу СМС-дискурсу. В роботі виявляються технічні параметри СМС-комунікації, які є лінгвістично релевантними факторами. Анализується вплив цих параметрів на мову текстів СМС-повідомлень.*

**Ключові слова:** СМС-спілкування, СМС-повідомлення, письмова розмовна мова, детермінанти.

*The article «Phenomenological characterization of Russian SMS-communication» focuses on the linguistic analysis of Russian SMS communication. The paper identifies the technical parameters of SMS communication that are linguistically relevant factors. Analyzes the influence of these parameters on the language of SMS communication.*

**Keywords:** SMS communication, SMS message, writing spoken language, determinants.

**История вопроса.** В конце XX-начале XXI вв. появились новые средства коммуникации – компьютеры, объединённые в единую сеть Интернет, и переносные средства связи – мобильные телефоны. Появление этих коммуникационных средств повлекло за собой возникновение и развитие новой коммуникативной среды – виртуальной. Функционирование языка в этой среде сразу же привлекло к себе внимание лингвистов. В научных кругах заговорили о новой форме общения, которая функционирует в виртуальном коммуникативном пространстве – «устно-письменной» [2]. Но несмотря на активное внимание лингвистов к языку виртуального общения, язык СМС-коммуникации пока остаётся за рамками интересов большинства исследователей. Вероятно, это связано с трудностями сбора фактического материала, с частой невозможностью полностью восстановить диалогические единства. Перечислим основные работы, посвящённые данному вопросу: работа Т. А. Хейлик «СМС как новая форма речевой коммуникации» [9], статья М. Ю. Сидоровой «Засоряют ли СМС-сообщения русский язык?» [5], статья А. В. Палковой «Лингвистические особенности SMS-коммуникации (на материале немецкого языка)» [4]. В этих работах исследователи обращают внимание на отдельные аспекты СМС-коммуникации: язык СМС-общения описывается в соответствии с языковыми уровнями (графико-фонетическим, лексическим, грамматическим), описываются функции СМС-сообщений, говорится о компрессивно-компенсаторских средствах СМС-дискурса (при этом учитывается такой технический параметр СМС-коммуникации, как ограниченность текста СМС-сообщения определённым количеством символов [9]). В то же время комплексная лингвистическая характеристика русскоязычной СМС-коммуникации в языкознании пока отсутствует.

**Актуальность работы** обусловлена недостаточной представленностью лингвистических работ, посвящённых русскоязычной СМС-коммуникации.

**Объект исследования** – русскоязычная СМС-коммуникация.

**Предмет исследования** – влияние технических параметров мобильного телефона на использование участниками СМС-общения различных языковых средств в новой коммуникационной среде.

**Теоретическую базу** исследования составляют следующие научные работы:

– работа Л. Ю. Щипициной [10], посвящённая комплексной лингвистической характеристике компьютерно-опосредованной коммуникации на материале немецкого языка. Исходным пунктом и объединяющей идеей этой работы является т. н. коммуникационный подход, который требует считать канал и средство коммуникации лингвистически релевантным фактором [10, с. 16]. Согласно точке зрения исследователя, без учёта особенностей средства и канала коммуникации производится лишь описание нового материала – текстов или отдельных языковых признаков Интернета. Это позволяет *накопить* факты, характеризующие новую коммуникационную среду, но не *объяснить* их. Объяснение же этих фактов возможно только при опоре на коммуникационный подход [10, с. 16];

– работа Е. А. Земской [1], посвящённая исследованию русской разговорной речи. Исходная гипотеза этого исследования – наличие в рамках русского литературного языка двух подсистем: кодифицированного языка и разговорного языка. Исследователь утверждает, что нормы разговорного языка резко отличаются от норм кодифицированного: опора на конситуацию общения позволяет «сворачивать» разговорное высказывание (при этом редуцируются все уровни языка – начиная от фонетического и заканчивая синтаксическим) [1, с. 191-192]. Именно поэтому высказывания, в основе которых лежит разговорный русский язык, гораздо более «свёрнуты», чем высказывания кодифицированного языка. Отличаются подсистемы русского языка и детерминантами использования: кодифицированный язык обслуживает сферу официального и полуофициального общения, разговорный же язык используется при неподготовленном непринуждённом непосредственном общении [1, с. 13-14].

**Исходная гипотеза статьи:** технические особенности нового средства общения – мобильного телефона с его возможностью общаться посредством СМС – спровоцировали появление и развитие письменной формы разговорного русского языка.

**Научная новизна работы** заключается в предоставлении комплексного лингвистического анализа русскоязычного СМС-общения; основой анализа при этом выступает коммуникационный подход.

**Результаты работы** могут быть использованы в дальнейших лингвистических исследованиях языка виртуальной коммуникации.

Приведём примеры текстов типичных СМС-сообщений:

*Ну всё, поездка отменяется)*

*Будет две)))*

*Я уже прям скуучаю*

*надо смотреть, зай)*

*не лезут?*

*а чё забывают то) Даже номер сохранил)*

*В магаз ходил ну и прогуляца*

*отправила ммс. когда придёт – хз)*

*лови. тебе дошло ммс. пришёл отчёт*

*шило бомбейское*

*досада*

*я обижусь ща(*

*УЛЁТ!*

*Не думай нормами тогда будешь понимать лёгкость норм*

*а что ты молчишь*

Очевидно, что если оценивать эти тексты на фоне и в параметрах традиционных письменных текстов, они покажутся «неправильными», безграмотными, примитивными с точки зрения отсутствия в них привычных для письменных текстов «книжных» оборотов. Бросается в глаза ненормативность пунктуации и орфографии; наличие разговорной и даже сниженной лексики. Но мы будем следовать концепции, заявленной в начале статьи: тексты-высказывания следует оценивать с учётом технических параметров средства коммуникации.

Каковы же технические особенности мобильного телефона?

Мобильный телефон – переносное средство связи, предназначенное преимущественно для голосовой связи и для отправки и получения СМС-сообщений [3]. SMS (от англ. Short Message Service – «служба коротких сообщений») – технология, позволяющая передавать и получать короткие текстовые сообщения мобильным телефоном [6].

Итак, мобильный телефон имеет две основных функции, посредством которых осуществляется общение: голосовая связь и СМС. В процессе «привыкания» пользователей к новому техническому средству – мобильному телефону – сложилась своего рода традиция, согласно которой нетактичным считается отправлять «не слишком знакомому» человеку СМС-ку, если есть возможность сообщить нужную информацию с помощью голосовой связи. Тем более, если с этим «не слишком знакомым» человеком адресанта связывают официальные отношения. «Не очень приличным» считается и отправление СМС-ок человеку, который выше адресанта по статусу. Данное наблюдение мы сделали, опираясь на корпус текстов СМС-сообщений, имеющийся в нашем распоряжении (а это около 1,5 тыс. текстов СМС-посланий) и на опрос пользователей СМС-технологии. Подтверждение данного наблюдения мы нашли в перечне правил СМС-этикета (есть уже и такой): «Sms – это средство неформального общения. Sms не должны использоваться для официальных приглашений или информирования о важных событиях» [7].

Эта характеристика сделала маловозможным использование СМС-ок в сфере официального и полуофициального общения: данная особенность практически «вытеснила» СМС-сообщения в сферу непринуждённого неофициального общения хорошо знакомых людей либо людей, равных по общественному статусу, а часто и по возрасту. Как мы помним, данная сфера человеческого общения обслуживается разговорным языком [1, с. 13-14].

Этот факт во многом объясняет, почему тексты СМС-сообщений, будучи письменными с точки зрения материального носителя текста, так сильно отличаются от традиционных письменных текстов, в основе которых лежит кодифицированный русский язык. Дело в том, что в большинстве случаев СМС-высказывания имеют спонтанный характер; именно поэтому СМС-произведение, по сравнению с традиционным письменным речевым произведением, менее развёрнуто, менее полно, в нём нет столь точной синтаксической оформленности. Находясь в обстановке непринуждённого неформального общения, пишущий СМС редко пользуется «долгосрочным планированием» своей письменной речи, поэтому он часто не совершенствует её логическую, лексическую и синтаксическую структуру.

Каковы же признаки «письменной разговорности» в текстах СМС-сообщений?

Фонетико-графический уровень характеризуется частой редукцией букв, фонетической ориентацией написания (что совсем не свидетельствует о невладении пользователями СМС-связи правилами орфографии – скорее, это явление отображает сознательное стремление коммуникантов придать сообщениям непринуждённый характер); нарушением правил использования заглавной буквы; передачей громкости тона заглавными буквами (это компенсаторское средство письменного разговорного языка – оно заменяет те способы передачи информации, которые в устной речи реализуются человеческим голосом); передачей протяжности произнесения интеракцией букв (ещё одно компенсаторское средство, но встречается оно в СМС-общении намного реже, чем в Интернет-общении – связано это опять же с техническими особенностями мобильного телефона, так как его «клавиатура» достаточно неудобна для многократного набора одного и того же символа); опечатками (СМС-речь является спонтанной разговорной речью, поэтому в её «зоне» действует закон «экономии усилий говорящего» – адресант, чаще всего, исправляет опечатку лишь в том случае, если она может помешать правильноному восприятию смысла сообщения); биграфами (специфическое средство именно письменного разговорного языка, например – «хз» от «кто знает», нормативного «кто знает»); смайлами (средство компенсации мимических знаков); отсутствием заглавных букв (опять же действие закона «экономии усилий говорящего»).

Лексические характеристики – присутствие «разговорной» лексики, недопустимой в традиционных письменных текстах; сниженной лексики; сокращений (ведь размер текста сообщения ограничен техническими параметрами телефона).

Лексико-морфологические средства. Имеет место усечение морфем, несущих грамматическое значение; слова при этом сокращаются до корневой морфемы – носителя лексического значения. Но и сама корневая морфема часто усекается (*магазин* вместо *магазин* и т. п.).

Синтаксис характеризуется максимальной редуцированностью конструкций – вербальное выражение, как правило, получают лишь те синтаксические члены высказывания, которые несут речевое значение. Часто имеют место конситуативные высказывания (подробнее об этом – см. статью [8]).

Всё вышесказанное не отменяет того факта, что в СМС-пространстве функционирует и кодифицированный литературный язык. В тех нечастых случаях, когда передаваемая посредством СМС информация имеет официальный или полуофициальный характер, пользователи стараются соблюдать лексические, орфографические и пунктуационные нормы русского литературного языка (настолько, насколько это возможно в сообщении, размер которого строго ограничен техническими возможностями мобильного телефона). То же самое можно сказать и о тех случаях, когда СМС-общением пользуются профессиональные филологи.

Отметим, что высказывание, в основе которого лежит русский разговорный язык, – это сложное семиотическое произведение [1, с. 25-26]. Кроме собственно вербальных средств, в устном разговорном коммуникативном акте принимают участие мимика, жесты, интонация, тембр, тон голоса. В письменном разговорном коммуникативном СМС-акте эти средства общения имеют свои эквиваленты, передающиеся графически (см. выше).

Итак, появление нового средства связи – мобильного телефона – способствовало возникновению и развитию новой формы речи – письменной разговорной. «Нормы» письменной разговорной речи (которые пока ещё находятся в процессе становления) во многом сходны с нормами устной разговорной речи (на них точно так же распространяется действие «закона экономии усилий говорящего»), но в то же время письменная разговорная речь имеет и свои специфические признаки, о которых было сказано выше.

Исходный момент и объединяющая идея нашего исследования – коммуникационный подход к русскоязычному СМС-дискурсу. Согласно этому подходу, канал и средство коммуникации являются лингвистически релевантными факторами.

Канал и средство связи при СМС-общении – мобильная связь и мобильный телефон.

Мобильный телефон – переносное средство связи, имеющее две основные функции: голосовую связь и отправку и приём СМС-сообщений.

Согласно устоявшимся нормам мобильного этикета, СМС-сообщения являются средством неформального общения. Отправлять сообщение официального характера при возможности позвонить считается бестактным.

Вышеназванная причина практически «оттеснила» СМС-ки в сферу непринуждённого общения между близкими и/или хорошо знакомыми людьми, поэтому СМС, чаще всего, используют в сфере неофициального общения.

Данная коммуникативная сфера обслуживается разговорным языком. Отсюда – наличие в текстах СМС-сообщений признаков «разговорности»: пренебрежение к отбору лексики, наполняющей текст; фрагментарность синтаксиса, которая объясняется опорой СМС-высказываний на конситуацию; передача модальной информации с помощью паравербальных средств – «смайлов» и других графических знаков.

Таким образом, появление новой коммуникативной среды – СМС-пространства – «спровоцировало» возникновение и интенсивное развитие письменной разновидности разговорной речи.

### Литература:

1. Земская Е. А. Русская разговорная речь. Общие вопросы. Словообразование. Синтаксис / Земская Е. А., Кийгородская М. В., Ширяев Е. Н. – Москва : Наука, 1981. – 276 с.
2. Лутовинова О. В. Интернет как новая «устно-письменная» система коммуникации / О. В. Лутовинова // Известия Российского государственного педагогического университета имени А. И. Герцена: общественные и гуманитарные науки (философия, языковедение, литературоведение, культурология, экономика, право, история, социология, педагогика, психология). – 2008. – №11. – С. 58-65.
3. Мобильный телефон // Википедия [Электронный ресурс] / Свободная энциклопедия. – Режим доступа к статье : [ru.wikipedia.org/wiki/Мобильный\\_телефон](http://ru.wikipedia.org/wiki/Мобильный_телефон)
4. Палкова А. В. Лингвистические особенности SMS-коммуникации (на материале немецкого языка) [Электронный ресурс] / А. В. Палкова // Материалы международной Интернет-конференции [«Диалог языков и культур: лингвистические и лингводидактические аспекты»] / Тверской государственный ун-т, 2011. – Режим доступа к статье : [rgf.tversu.ru/node/446](http://rgf.tversu.ru/node/446).
5. Сидорова М. Ю. «Засоряют ли СМС-сообщения русский язык?», или «На зеркало неча пенять...» [Электронный ресурс] / М. Ю. Сидорова // Проблемы изучения и преподавания русского языка и литературы. – 2005. – Режим доступа к статье : [marinadoma.narod.ru/inet/sms.html](http://marinadoma.narod.ru/inet/sms.html)
6. SMS // Википедия [Электронный ресурс] / Свободная энциклопедия. – Режим доступа к статье : [ru.wikipedia.org/wiki/SMS](http://ru.wikipedia.org/wiki/SMS)
7. СМС этикет общения. [Электронный ресурс] – Режим доступа к документу : [allsms-world.narod.ru/SMS\\_etiket.htm](http://allsms-world.narod.ru/SMS_etiket.htm)
8. Тесленко О. А. Русскоязычная СМС-переписка как лингвистический объект (к вопросу о статусе языка, функционирующего в виртуальном пространстве) / О. А. Тесленко // Вісник Запорізького національного університету: філологічні науки. – 2012. – В печати.
9. Хейлик Т. А. СМС как новая форма речевой коммуникации / Т. А. Хейлик // Вісник Дніпропетровського університету: серія «Мовознавство». – 2009. – № 11. – С. 160-165.
10. Щипицина Л. Ю. Комплексная лингвистическая характеристика компьютерно-опосредованной коммуникации (на материале немецкого языка): автореф. дис. на соискание уч. степени доктора филол. наук: спец. 10.02.04 «Германские языки» / М. Ю. Щипицина. – Воронеж, 2011. – 40 с.

**Туха У. І.,**

*Прикарпатський національний університет ім. Василя Стефаника, м. Івано-Франківськ*

## ЖАНРОВІ ІГРИ В ПОСТМОДЕРНІСТСЬКОМУ ТВОРІ

*Стаття присвячена жанровим іграм у літературі постмодернізму. Розглядається поняття «жанр», особливості його функціонування та модифікації, трансформаційні жанрові процеси в постмодерністському творі.*

**Ключові слова:** *постмодернізм, жанр, гра, жанрові ігри, колаж.*

*Статья посвящена жанровым играм в литературе постмодернизма. Рассматривается понятие «жанр», особенности его функционирования и модификации, трансформационные жанровые процессы в постмодернистском произведении.*

**Ключевые слова:** *постмодернизм, жанр, игра, жанровые игры, коллаж.*

*The article dwells on genre games in postmodern literature. The notion of genre, its functioning, modifications and genre transformation processes are analyzed.*

**Key words:** *postmodernism, genre, game, collage, genre games.*

Проблема генезису літературних жанрів сягає античних часів. Перші спроби осмислити родо-жанрову організацію літератури належать Платону та Аристотелю. Запропонована ними триєдина родова класифікація (епос, лірика, драма) заклала основи тлумачення жанрів літератури. З плином часу жанри неодноразово ставали предметом дослідження в працях А. Фаулера, М. Тернера, Ж. Шефера, М. Бахтіна, Ю. Тиньянова, Л. Чернець, Т. Бовсунівської та ін.

До ХХ століття інтерес науковців був прикутий до усталених канонічних жанрових ознак, а саме: сюжетність, форма розповіді, спосіб зображення дійсності, позиція літературного об'єкта / суб'єкта. Змінні ознаки жанру, такі як жанрова діалогічність, композиційний паралелізм, жанрові переродження або не досліджувались, або заперечувались. На сучасному етапі розвитку жанрології традиційна жанрова ієрархія часів Платона та Аристотеля видозмінюється, оскільки твори сучасної літератури тяжіють до поліжанрової структури і до уваги беруться різноманітні жанрові утворення та чисельні модифікаційні форми.

Наукові думки в жанрології щодо літератури постмодерну є досить полярними. З одного боку, заперечується саме поняття «літературний жанр» стосовно літератури ХХ століття (М. Бланшо, Ж. Дерріда). З іншого боку, передовим вважається осмислення жанрів М. Бахтіним як «провідних героїв» літературного процесу [1, с. 314].

Канонічна інтерпретація жанрів в умовах постмодернізму більше не в змозі визначити жанрову сутність постмодерністських творів. Нові жанрологічні схеми – метажанр, архіжанр (за Ж. Женетом «Вступ до архітексту»), жанрова модифікація і трансформація (за Дж. Фроу, А. Фаулером) набувають статусу альтернативних категорій сучасної жанрології [3, с. 20].

А. Фаулер порушує аристотелівський підхід, заснований на аксонометрії, та визнає трансформативність і комбінаторику провідними принципами сучасного тлумачення жанрів. Постмодерністські теоретики запозичили його концепцію «включеного жанру» [7, с. 233], адже в царині постмодерну вже неможливо знайти текст без включених різноманітних жанрових форм. Жанрові структури – це завжди проекція форм позахудожнього соціокультурного існування на художню естетику. Композиційна структура творів, що визначає їхню жанрову належність, відображає передусім структуру позалітературних явищ. Тому й не дивно, що в контексті доби постмодерну, котра виявила інтерес до інтертекстуальності, колажу, гри, фрагментарності, говорять про еволюцію жанрових форм [6, с. 49].

**Мета статті** – розкрити структурно-функційні жанрові механізми у формуванні парадигми ігрових жанрових трансформацій.

Для досягнення поставленої мети слід розв'язати такі завдання:

- 1) окреслити зміст поняття «жанр» й особливості його функціонування у літературі постмодернізму;
- 2) виділити жанрові трансформаційні процеси в постмодерністському творі;
- 3) дослідити ігрову сутність жанрових трансформаційних процесів постмодерністського тексту.

У літературі кінця ХХ початку ХХІ століть відбувається канонізація нових тем та жанрів, які дотепер вважали маргінальними. Традиційно високі жанри більше не здатні відобразити багатогранну сутність сьогодення і фактично вичерпали свій потенціал. Верхні щаблі жанрової ієрархії зайняли новостворені синтетичні жанри, які формують відкриті для багатоаспектної інтерпретації структури.

Художній текст постмодерну уже не є структурним, ієрархічним утворенням, а гетерогенним ризоматичним на шаруванням жанрів. Гіперрецептивність цієї літератури зумовлює проникнення біблійних, міфологічних мотивів, епістолярію, публіцистики, Інтернет-спілкування, графічних текстів, що створює особливу архітектоніку твору.

Ера розвитку інформаційних технологій передбачає їхнє проникнення у всі сфери людської життєдіяльності. Література постмодернізму абсорбує активне інформаційне життя людини ХХІ століття. У постмодерністських текстах зауважуємо зразки Інтернет-комунікацій: чатів, електронних скриньок, блогів, ігрової інформації.

Постмодерністське звернення до впізнаваних жанрів відбувається в царині ігрової пародіювання. Письменник-постмодерніст перетворюється на автора-трікстера, який розставляє в художньому творі пастки для читача-інтелектуала. Такий процес взаємодії автора і читача зумовлює багатовекторність інтерпретації твору. Ж. Дерріда стверджував, що справжнім автором-творцем може називатись той, «хто був би абсолютним джерелом власного дискурсу і сконструював би його з «нічого», «з цілої тканини», був би творцем слова [4, с. 459]. Тому нашарування гетерогенних паратекстових мотивів у новому художньому утворенні ототожнює текст з грою. Жанрові моделі не

просто запозичуються, але й видозмінюються та пародійно обігруються в постмодерністських текстах. Комічне, подекуди сатиричне наслідування жанрових прототипів, що будується на стилістично-тематичному контрасті, в умовах постмодерну набуває ігрового характеру в діалогах між автором і текстом, автором і читачем, читачем і текстом. Це, власне, і становить сутність жанрової пародійної гри постмодерністської літератури. Пародійна гра в цьому контексті сприймається як потреба сучасної людини вижити в споживацькому хаосі постмодерного світу.

Ключовою композиційною технікою поєднання різнорідних жанрів в межах постмодерністського тексту стає колаж. Колаж (фр. collage, букв. *наклеювання*) трактуємо як прийом введення в літературний текст уривків газетних статей, реклами, цитат авторських текстів тощо. Колаж є універсальним засобом організації тестового простору в умовах плюралістичного, хаотично-фрагментарного світосприйняття [5, с. 497].

Жанрова структура літератури постмодернізму базується на грі інтертекстуальними можливостями запозичених жанрів. Не тільки «жанр в іншому жанрі», а й «жанр за аналогією іншого жанру» продуктивні в сучасній літературі. Таку властивість сучасної жанрології Ж. Женетт називає «архіжанром» [3, с. 46].

М. Бахтін стверджував, що «новий жанр складається із наявних жанрів; всередині кожного жанру відбувається перегруповання готових елементів» [2, с. 154]. Трансформаційність жанру є його невід'ємною характеристикою, що свідчить про його дієвість. У літературі XXI століття трансформації, модифікації, навіть жанрові аномалії досягають свого апогею. Вони зумовлені низкою чинників:

- нове, неприйнятне дотепер тематичне наповнення постмодерністських творів;
- гіперрецептивність;
- інтертекстуальна сутність літератури;
- принцип гри в діалогах «автор-читач», «автор-текст».

Т. Бовсунівська виділяє низку жанротвірних процесів: дифузію, анігіляцію, модуляцію, варіацію тощо [3, с. 75, 61, 66]. Узагальнюючи, виділяємо жанрові трансформаційні процеси, характерні для постмодерну:

- 1) дифузія – проникнення канонічних жанрових прототипів у новостворені жанрові форми постмодернізму;
- 2) асиміляція – традиційні жанри втрачають свої первинні ознаки у творах постмодернізму, що перетворюють їх на свій власний лад;
- 3) анігіляція – взаємодія жанрів, внаслідок чого вони перетворюються в інші, інколи аномальні форми;
- 4) аглютинація – процес утворення нових похідних жанрових сполук через накладання на первинні жанри непритаманних їм ознак нового літературного контексту.

У світлі естетики літератури постмодернізму ці процеси є так звані «жанровими іграми». Жанрові ігри – це жанрові модифікаційно-трансформаційні процеси, які в контексті літератури постмодернізму набувають ігрової сутності. Бартівська метафора «смерть автора» вказує на безсуб'єктність гри постмодернізму. Текст стає самодостатнім утворенням, здатним до саморозвитку і модифікацій. Об'єктом гри тут стають авторитетні впізнавані жанрові традиції та жанрові штампи (найпопулярніші жанри, виділені в межах трьох родів). Нові жанрові форми утворюються при накладанні в одному творі двох чи трьох родів літератури – епосу, лірики та драми. У літературі постмодернізму найбільших видозмін зазнають епічні жанри (роман, повість, нарис, казка і міф). Постмодерністський текст як синтетичне художнє утворення виявляє схильність до виникнення нових жанрових форм. Популярними, особливо в британському дискурсі, є «роман-пазл», «роман-кросворд», «роман-лабіринт», «роман-видіння». Вони стають художнім інструментарієм відтворення сучасного світосприйняття, що стирає кордони між низькою і високою, елітарною і масовою культурою.

Гра автора з читачем передбачає створення смислових та інтерпретаційних пасток. Вкраплення часом неправдивої інформації у формі покликань на довідкові джерела (енциклопедії, трактати, фахову літературу), пародійні алюзії на відомі постагі історії, літератури в біографічній формі спричиняють різнорідне жанрове нашарування в постмодерністському тексті. Об'єкти жанрових ігор, власне жанрові канони, можуть бути також і суб'єктами власної інтертекстуальної гри, наслідки якої не завжди передбачені автором-постмодерністом.

Отже, можна дійти висновку, що в літературі постмодернізму жанр перетворюється на експериментальну категорію, яка втрачає свої первинні ознаки та набуває нової модифікаційної форми. Динаміка жанрової еволюції руйнує традиційну систему жанрів. Художні твори постмодернізму характеризуються аномальними жанровими трансформаціями та новоутвореннями. Напрацювання парадигми жанрової комбінаторики на семантико-функційному та структурному рівнях, що дає змогу виявити їхнє функціонування на рівні архітектоники твору, становить перспективу нашого дослідження.

#### Література:

1. Бахтин М. М. Проблемы творчества Достоевского / М. М. Бахтин. – Киев, 1994. – 509 с.
2. Бахтин М. М. Формальный метод в литературоведении: Критическое введение в социологическую поэтику / М. М. Бахтин. – М. : Лабиринт, 2003. – С. 153-154.
3. Бовсунівська Т. В. Когнітивна жанрологія та поетика: монографія / Т. В. Бовсунівська. – К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2010. – 180 с.
4. Дерріда Ж. Структура, знак, гра у дискурсі гуманітарних наук // Слово. Знак. Дискурс. Антологія світової літературно-критичної думки XX ст. / За ред. Марії Зубрицької. – 2-е вид., доповнене. – Львів, 2002. – С. 457-477.
5. Ковалів Ю. І. Літературознавча енциклопедія: [у 2 т.]. – Т. 1. / Ю. І. Ковалів. – К. : Академія, 2007. – Т. 1. – 608 с.
6. Шеффер Ж.-М. Что такое литературный жанр? Пер. с фр. / Послесл. С. Н. Зенкина. / Ж.-М. Шеффер. – М. : Едиториал УРСС, 2010. – 192 с.
7. Fowler A. Transformation of Genre // Modern Genre Theory / A. Fowler. – Pearson Education Limited, United Kingdom & Associated Companies throughout the world, 2000. – P. 232-249.

Третьякова К. В.,

Рівненський державний гуманітарний університет, м. Рівне

## ОМОНІМІЧНІ ОПОЗИЦІЇ «ОНІМ–АПЕЛЯТИВ» В ЛАТИНСЬКІЙ МОВІ

*У статті в рамках антропоцентричної парадигми аналізуються лексико-семантичні типи латинських омонімічних опозицій «онім–апелятив».*

**Ключові слова:** омонім, онім, апелятив.

*В статье в рамках антропоцентрической парадигмы анализируются лексико-семантические типы латинских омонимических оппозиций «оним–апеллятив».*

**Ключевые слова:** омоним, оним, апеллятив.

*In the article within the framework of anthropocentric paradigm the lexico-semantic types of Latin homonymic oppositions of «proper-common» names are analysed.*

**Keywords:** homonym, proper name, common name (onym).

Проникнення омонімії до пропріального шару лексики викликає сумнів у багатьох дослідників, зокрема, через редуцію апелятивної семантики онімів і перевагу об'єктно-номінативного зв'язку (звукової послідовності фонем) над семантичним у виділенні значень основи [2, с. 13-15]. Дослідники окремих класів онімів, фіксуючи наявність в них омонімії, намагаються пояснити її присутність шляхом інтерпретації терміну «омоніми», як співвідношення слів, адекватних фонетично, але різних за значенням (тобто як таких, що називають різні об'єкти або особи), що, на зразок загальних назв, виникли внаслідок дивергенції або випадкової фонетичної конвергенції. Докази на користь існування омонімії онімів базуються на пріоритетному значенні денотата. Цю тезу було покладено в основу декількох класифікацій омонімів-онімів [5, с. 64; 6, с. 116-118].

Мета даної праці – встановлення факту існування омонімічних опозицій «онім–апелятив» в латинській мові. У руслі реалізації поставленої мети, дослідження покликано вирішити наступні завдання: на основі огляду загальнотеоретичних та спеціальних праць в галузі ономастики описати латинські омонімічні опозиції «онім–апелятив», зокрема, через звернення до їхньої етимології.

Об'єктом дослідження є латинські лексичні омоніми-іменники; предметом – лексико-семантичні типи латинських омонімічних опозицій «онім–апелятив».

У дослідженні застосовано комплекс методів, основним з яких є описовий, залучений до класифікації, інвентаризації та систематизації одиниць мови, а також опису їхнього функціонування.

Новизна праці у тому, що в ній уперше систематизовано лексико-семантичні типи омонімів латинського ономастикону, відібраних шляхом тотальної вибірки з 6 поважних латинських лексикографічних джерел загальним обсягом 800 одиниць. Методологічною основою роботи стали теоретичні положення вітчизняних та зарубіжних ономастологів.

«Схильність» латинських онімів вступати в омонімічні відношення визначаємо як специфічну і характеризуємо: 1) тісним зв'язком з денотатом (місто, ріка і т. п.); 2) різною об'єктно-номінативною співвіднесеністю; 3) приналежністю до різних лексико-семантичних полів та підсистем.

Поява і функціонування антропонімів найчастіше пов'язані з іменами людей, міфічних осіб та істот, характер, риси, поведінка або рід діяльності яких залишили помітний слід, що підтверджується історичними згадками або етимологічними знахідками. У латинській мові частка антропонімів-апелятивів є досить вагомою (35% всіх зафіксованих нами омонімічних одиниць належать до галузі пропріальної лексики), проте не завжди можна чітко простежити процеси і причини переходу загальної назви у власну.

Процес переходу латинських (грецьких) онімів до розряду апелятивів відбувався ще за часів античності. Передумови цього вбачаємо у своєрідності міфологічної логіки із характерними для неї рисами дифузності, у перевазі емоційно-афектної сфери, що мало своїм наслідком наївний антропоморфізм усєї природи, персоніфікацію та «метафоричне» зіставлення природних, соціальних і культурних об'єктів [3, с. 652]. Так, етимологічні міфи практично пояснюють походження деяких видів рослин, тварин, птахів, комах у мотивах перетворення людей або перенесення імен осіб на їхні назви (фітоніми, зооніми).

Проте пари омонімічних лексем «онім–апелятив» не завжди утворюються переходом власного імені у загальне. У латинській (грецькій) мові часто зустрічаються приклади перевтілення живих істот у рослини або тварин вже за наявності у них назви. Наприклад, з метою пояснення походження поширеної в Греції гарної, але холодної квітки нарциса (*narcissus*<sup>1</sup>, *ī, m*) виник міф про загибель прекрасного юнака Нарциса (*Narcissus*<sup>2</sup>, *ī, m*), із краплин крові якого й виросла квітка. Ім'я Нарциса народна етимологія зблизила із грецьким дієсловом *ναρκέω* 'ціпеніти, остовігти', і це зближення, можливо, і стало одним із джерел міфу [3, с. 389].

Спроби виявити етимологічну спорідненість власних і загальних назв дають позитивні результати, інколи хибуючи неоднозначністю, затемненістю змісту або повною відсутністю даних у джерелах (наприклад, *omopara pīcus*<sup>1</sup>, *ī, m* 'дятел' – *Pīcus*<sup>2</sup>, *ī, m*, Пік, римський бог полів та лісів, якого Цірцея, чие кохання він відкинув, перетворила на дятла). Дія аналогії видається найбільш доцільною, чим пояснюється, наприклад, подібність рухів павука до професійної діяльності ткалі (міф про мідійську ткалю Арахну (*Arachnē*, *ēs, f*) (букв. 'павук' (*arachnē*<sup>2</sup>, *ēs, f*)), яка своєю вправністю викликала заздрість Афіни та стала рабою власної пиhi. Арахна повісилася, проте Афіна витягнула її з зашморгу та за допомогою зілля Гекати перетворила на павука, який вічно тче пряжу та висить на павутині).



З уваги на міфологічний характер походження даних об'єктів, яким приписувалося одухотворення, людські риси, лежить уявлення про спорідненість людей з певними рослинами або тваринами, нерідко їхня зовнішня антропоморфність і навпаки, міфологічним предкам могли бути надані риси природних об'єктів [3, с. 652], завдяки чому стирається перехідна межа між власним іменем і загальним. Ахронічний підхід до таких лексем дає право вбачати в них «скам'янілу» пару слів-омонімів.

Образи грецької та римської міфології, легенд, літератури стали невичерпним джерелом для порівнянь і метафор. Типізовані риси пов'язані із фізичними, інтелектуальними і моральними даними, родом занять і т. п., абстрагуючись від первинного об'єкта, створювали цілком нове поняття.

Розгалужена система особистісного найменування в Стародавньому Римі є цікавою не лише з погляду етимології, але й семантики. Найбільша продуктивність у процесі творення антропонімів (а саме вся багатоступенева система особистого найменування римських громадян (*praenomen*, *nomen*, *cognomen*) спостерігається, зокрема, в апелятивів, які належать до різних тематичних груп з найближчого оточення людини [4, с. 177].

Відповідно до семантичної мотиваційної основи серед антропонімів виділяємо імена утворені:

1) від роду діяльності, фаху, фізіологічних особливостей їхніх носіїв (*agricola*<sup>2</sup>, *ae, m* 'землероб' – *Agricola*<sup>1</sup> (*Cn. Julius*), *ae, m* Агрикола (40–93 рр. н. е.), римський полководець, консул 77 р. н. е., намісник Британії; *nasica*<sup>1</sup>, *ae, f* [nasus] 'гостроноса людина' – *Nasica*<sup>2</sup>, *ae, m*, Назіка, *cognomen* у роді Сціпіонів);

2) від назв предметів побуту, матеріальної культури (*trabea*<sup>2</sup>, *ae, f* 'трабея, святковий одяг (білий плащ із пурпуровими смугами, який одягали римські царі, консули, а на урочистостях – в тому числі вершники та авгури)' – *Trabea*<sup>1</sup>, *ae, m*, Трабея, римськ. комедіограф (3-2 ст. до н. е.);

3) від зоонімів (*mūs*<sup>1</sup>, *mūris*, *m* 'миша або щур' – *Mūs*<sup>2</sup>, *Mūris*, *m*, Мус (Мур), *cognomen* у роді Деціїв. Згадку про засновника роду, триумвіра-скарбника зустрічаємо у Лівія);

4) від фітонімів (*lēda*<sup>1</sup>, *ae, f* (гр.) 'чист' (*бom. Cistus creticus*) – *Lēda*<sup>2</sup>, *ae / Lēdē*, *ae, f*, Леда, дружина спартанського царя Тиндара, кохана Юпітера, мати Єлени, Клітемнестри, Кастора і Полукса, яку спокусив Юпітер у вигляді лебедя);

5) від назв матеріальних та нематеріальних предметів (*carbo*<sup>1</sup>, *ōnis*, *m* 'вугілля' – *Carbo*<sup>2</sup>, *ōnis, m*, Карбон, (*cognomen* у роді Папіріїв).

Аналіз матеріалу латинської мови свідчить про неабияке проникнення явища омонімії до системи власних назв. Присутність омонімії у пропріальній лексиці латинської мови підтверджується етимологічною процедурою пошуку істинних джерел походження окремих латинських апелятивів та фіксуванням втрати семантичних зв'язків із епонімом.

Омонімічність апелятивів та онімів доводиться згідно з вимогами, висунутими до виділення омонімів. За повного перетворення загальної назви у власну (антропонім) утворюється омонімічний апелятив (онома) та загальна назва, від якої він розвинувся, при цьому якщо денотат залишається актуальним, він продовжує вживатися в ряді загальних назв.

Можливість виведення окремих власних назв безпосередньо із загальних вимагає для їхнього дослідження підключення додаткових опосередкованих ланок у вигляді історичних реалій або культурно-історичних фонових знань.

Проаналізовані в праці матеріали, зроблені узагальненні та висновки в подальшому можуть стати базовими для дослідження не менш цікавого топонімічного пласту латинських омонімів.

#### Література:

1. Дворецкий И. Х. Латинско-русский словарь (около 50000 слов). – 3-е изд. – М. : Русский язык, 1986. – 840 с.
2. Железняк І. М. Про деякі лінгвістичні ознаки власних назв / І. М. Железняк // Мовознавство. – 2001. – №1. – С. 13-17.
3. Мифология. Большой энциклопедический словарь / под ред. Е. М. Мелетинского. – 4-е репринт. – М. : Большая Российская энциклопедия, 1992. – 736 с.
4. Никулина З. П. Из наблюдений над группой прозвищ по внешнему признаку / З. П. Никулина // Имя нарицательное и собственное. – М. : Наука, 1978. – С. 173-179.
5. Привалова М. И. Собственные имена и проблема омонимии / М. И. Привалова // Вопросы языкознания. – 1979. – №5. – С. 64.
6. Суперанская А. В. Общая теория имени собственного: имя и общество, статус имени собственного, ономастическое пространство и классификация имен, собственные имена в языке и речи, семантика собственных имен / А. В. Суперанская; отв. ред. А. А. Реформатский. – изд. 3-е изд., испр. – М. : Наука, 1973. – 366 с.

Улановська О. В.,

Горлівський інститут іноземних мов ДВНЗ «Донбаський державний педагогічний університет», м. Горлівка

## МЕТАФОРИЧНІСТЬ КОМПОЗИЦІЇ ПОСТМОДЕРНІСТСЬКОЇ АНГЛОМОВНОЇ ДРАМИ (на матеріалі п'єси Семюела Беккета «Waiting for Godot»)

*Стаття присвячена особливостям композиційної структури англomовної драми епохи постмодернізму. Композиція тексту драматургічного англomовного дискурсу к. 20 – поч. 21 ст. вивчається на матеріалі всесвітньо відомої постмодерністської п'єси Семюел Беккета «В очікуванні Годо».*

**Ключові слова:** композиція тексту, англomовна драма, постмодернізм, Семюел Беккет, драматургічний дискурс.

*Статья посвящена особенностям композиционной структуры англоязычной драмы эпохи постмодернизма. Композиция текста драматургического дискурса к. 20 – н. 21 ст. изучается на материале всемирно известной пьесы Сэмюэла Беккета «В ожидании Годо».*

**Ключевые слова:** композиция текста, англоязычная драма, постмодернизм, Сэмюэл Беккет, драматургический дискурс.

*The article concerns a compositional structure of a postmodernism drama. The peculiarities of a composition, inherent in English dramaturgic discourse of the post-modern period, are illustrated in a well-known play by Samuel Becket «Waiting for Godot».*

**Key words:** text composition, English drama, postmodernism, Samuel Becket, dramaturgic discourse.

Драма в сучасній лінгвістиці є одним із найцікавіших об'єктів дослідження завдяки гнучкому характерові та здатності адаптуватися до змін у розвитку людства. Визиваючи широкий інтерес, драматургічний дискурс постійно знаходиться в колі актуальних проблем досліджень, пов'язаних з новомодними течіями в лінгвістичній науці, що поєднують соціокультурні, психологічні та мовленнєві парадигми у дискурсі [див., напр., Мізецька В. Я., Старовойтова Х. В., Солодова О. С., Барабан О. В.]. До того ж драма через композицію свого тексту та через систему мовленнєвих засобів вираження цієї структури втілює ментальний стан творця тексту та демонструє вплив психологічних характеристик драматурга на комунікативну структуру цієї драми. Досліджуючи драматургічний дискурс певної епохи або авторський драматургічний дискурс, а в нашому випадку саме композиційні особливості тексту драми епохи постмодернізму, з'являється можливість вивчення шляхів об'єктивації індивідуально-авторської інтерпретації реального світу, передачі читачу чи глядачу психічної спільності людства через свідомість драматурга.

В даній роботі здійснюється спроба проаналізувати особливість композиційної структури текстів постмодерністського драматургічного дискурсу на матеріалі п'єси Семюела Беккета «Waiting for Godot».

Драматургічний постмодерністський дискурс мало досліджений в порівнянні з прозою та поезією цієї епохи. Характерні для драматургічного жанру риси: театральність, рольова гра, демонстративна ілюзорність світу, що створюється, були глибоко засвоєні поетикою постмодерністської поезії та прози. Але те, що в прозі або в поезії сприймається як риси нового художньої мовлення, в самій драмі виглядає абсолютно традиційно. Щоб оновити свою художню мову, постмодерністська драма нерідко йде шляхом відродження архаїчних форм театральності, що витягають фундаментальні прийоми цього роду літератури [2, с. 17]. Шлях оновлення драматургічного мовлення пов'язаний з впровадженням в драму елементів, характерних для поетики постмодерністської прози та поезії. Особливу роль в цій драматургії набувають розгорнуті авторські ремарки, які не стільки описують сцену, скільки визначають філософську й емоційну тональність, спостерігається постійне порушення сценічної умовності: у постмодерністських п'єсах часто показується не сама дія (її може і не бути зовсім), а внутрішня рефлексія персонажів з приводу життя взагалі. Особливо показовим є перенесення уваги з дії на мовну гру: персонажі в п'єсах постмодернізму реалізують себе не стільки у вчинках, скільки в словах – гірких жартах, перифразах, каламбурах, безперервній мовній ексцентриці. Важливою особливістю цих драм стає і складна мережа інтертекстуальних відсилань, яка навряд чи вловлюється на слух глядачем і проступає в повній мірі лише при уважному читанні. З іншого боку, проблеми постмодерністської драми, вочевидь, пов'язані з тим, що особливості цього роду літератури вступають в протиріччя з основними постулатами постмодерністської естетики. Для драми обов'язковим є конфлікт чітко окресленого характеру (з «позицією» і «волінням») з об'єктивними обставинами (долею, історією). Але постмодернізм, як вже зазначалося, послідовно руйнує уявлення про цілісний характер і про об'єктивну реальність, представляючи і те й інше хаотичною сукупністю культурних симулякрів (термін Ж. Бодрийяра «одиноці гіперреальності, знаки чи феномени, що відсилають до чогось іншого, а тому симулятивні») [1, с. 47]. У відповідності до постмодерністської логіки між «характером» і «обставинами» не може бути конфлікту, оскільки вони складаються з одного і того ж матеріалу.

Початок літературного постмодернізму можна визначити через значущі події в літературі. Деякі дослідники називають серед таких перше виконання спектаклю «В очікуванні Годо» («Waiting for Godot») (1953) на п'єсу Семюела Беккета, яка принесла міжнародне визнання Беккету як провідному драматургу театру абсурду та провіснику постмодернізму.

Герой п'єси Беккета – людина, яка нетвердо стоїть на ногах. Воно й зрозуміло. Земля тягне її вниз, небо – вгору. Розтягнута між ними, вона не може зрозуміти сенсу свого існування. Пересічна доля всіх і кожного. Беккета цікавили виключно універсальні категорії буття, що описують будь-яку розумну особистість. Говорячи словами одного з героїв п'єси, ми всі чекаємо на Годо:

VLADIMIR: Let us not waste our time in idle discourse! (*Pause. Vehemently*) Let us do something, while we have the chance! It is not every day that we are needed... To all mankind they were addressed, those cries for help! **But at this place, at this moment of time, all mankind is us, whether we like it or not.** Let us make the most of it, before it is too late! Let us represent worthily for once the foul brood to which a cruel fate consigned us!... **What are we doing here, that is the question. And we are blessed in this, that we happen to know the answer. Yes, in this immense confusion one thing alone is clear. We are waiting for Godot to come.**

VLADIMIR: Or for night to fall. (*Pause*) ... We are not saints, but we have kept our appointment. How many people can boast as much?

ESTRAGON: Billions.

VLADIMIR: You think so?

ESTRAGON: I don't know.

VLADIMIR: You may be right.

Беккета займала «людська ситуація». А для цього достатньо мінімального інвентарю. Мінімалізм, одна з рис постмодерністського драматургічного тексту, також ілюструється в п'єсі Семюела Беккета та втілюється в її композиційній структурі. Для літературного мінімалізму характерним є поверхневий опис, завдяки якому читач може приймати активну участь у розповіді автора. Персонажі в мінімалістських творах (тут Естрагон та Володимир) не мають характерних рис. Мінімалізм Беккета втілюється в зображенні лише найнеобхідніших, основних речей, для нього специфічна економія слів. Мінімалістським прийомом, до якого звертається Беккет, є уникнення прикметників, прислівників, безглуздих (на його переконання та за його задумом) деталей мовлення персонажів. Автор, замість того, щоб описувати кожну деталь і хвилину оповіді, дає лише основний контекст, пропонуючи уяві читача «домалювати» історію.

На передньому плані – Естрагон в одному черевіку і його вічний візаві Володимир. На задньому плані – сліпий господар Поццо і його поводитир та раб Лаккі (тіло й розум). Герої Беккета завжди ходять парами – як Володимир і Естрагон, їх пов'язує лише взаємне роздратування – єдине, що дозволяє їм переконатися у власному існуванні, а також їх балаканина – засіб зв'язку, в якій важливий не зміст, а медіум. Мова підкорює тишу, заважаючи їй розчинити нас у себе. Але живі ми, не поки говоримо, а тільки коли нас чути.

Всі чотири дійові особи передають окремі складові єдиної людської особистості. Вони знаходяться у немислючому конфлікті: тіло (Поццо) й розум (Лаккі), скепсис (Естрагон) та надія (Володимир). Для припинення цього конфлікту необхідний відсутній елемент – ВІРА. Але для її здобуття необхідно скорити тіло, очистити розум, використати весь запас скептицизму, щоб звільнитися від нескінченного повторення прописаних істин і обмеженості життєвого досвіду і з усією можливою надією просити про зустріч з Годо (дарування ВІРИ). Тільки в такому узгодженому прагненні можливий перехід на новий рівень.

Немає сенсу в переказі змісту, що складається з одних метафор. Краще навести кілька фрагментів авторського тексту:

POZZO: (*suddenly furious*) Have you not done tormenting me with your accursed time! It's abominable! When! When! One day, is that not enough for you, one day he went dumb, one day I went blind, one day we'll go deaf, one day we were born, one day we shall die, the same day, the same second, is that not enough for you? (*Calmer*) They give birth astride of a grave, the light gleams an instant, then it's night once more. (*He jerks the rope*) On!

Вивчаючи критичну літературу останніх років, доходимо висновку, що постмодерністська парадигма внесла особливо багато у питання композиційної форми драми. Багато теоретиків театру відзначали це і розглядали руйнування звичної драматичної форми викладу змісту та технології написання на користь епічних, сюрреалістичних, абсурдних та інших елементів. Цей процес сприймався як наслідок занепаду канонічної форми драми, викликаного різними причинами: соціальними (революція), моральними і світоглядними (матеріалізм, атеїзм і т. п.). П'єса С. Беккета є типовим прикладом постмодерністського драматургічного дискурсу з усіма характерними рисами, що притаманні особливій ментальності та ідеології цієї доби.

«Ця п'єса змусила мене переглянути ті закони, за якими раніше будувалася драма», – писав англійський критик Кеннет Тайнер [7, с. 68]. З точки зору композиційної структури, «Годо» – циклічна двохактна п'єса. Вона починається з очікування двома самотніми бродягами на дорозі прибуття якогось Годо і закінчується вихідним становищем. Багато критиків зробили висновок, що друга дія є просто-напросто повторенням першої. Іншими словами Володимир і Естрагон можуть вічно перебувати «в очікуванні Годо», ми ніколи не дізнаємося, чи знайшли герої вихід з цього становища. Перебуваючи в ролі публіки, ми можемо тільки дивитися, як вони виконують ті самі дії, слухати, як вони повторюють ті самі слова, і приймати той факт, що Годо може прийти, а може й не прийти. Багато в чому схожі на них, ми застрягли в світі, де наші дії визначають існування. Ми можемо шукати відповіді або сенсу життя, але, швидше за все, ми їх не знайдемо. Ентоні Джеркінс пише: «не може бути ніяких відповідей. Годо може існувати, як може і не існувати, і може прийти, як може й не прийти; ми знаємо про нього не більше, ніж Володимир і Естрагон». Отже, ця п'єса структурована таким чином, щоб змусити нас повірити, що Годо, можливо, ніколи й не прийде, і що ми повинні прийняти невизначеність життя. В самій структурі драми закладена метафора руху по колу, «повернення на круги свої» без визначення свого міста в світі, мети свого існування.

Два головних персонажі, Володимир і Естрагон, проводять дні, оживляючи минуле, намагаючись знайти сенс свого існування, і навіть розглядаючи самогубство як форму порятунку. Тим не менш, як персонажі вони є абсурдистськими образами-прототипами, які залишаються ізольованими від публіки. Їм, по суті, бракує особистості та їх водевільна манірність, особливо коли справа доходить до роздумів про самогубство, скоріше змушує публіку й читача сміятися, ніж сприймати те, що відбувається, трагічно, що передбачає більш екзистенціалістський, абсурдистський і менш трагічний погляд на смерть.

Володимир і Естрагон сильно потребують один одного, щоб уникнути самотнього і безглузкого життя. Удвох вони виконують функцію метафори виживання. Як і персонажі, які слідує за ними, вони відчувають необхідність розлучитися і в той самий час необхідність залишитися разом.

ESTRAGON: I can't go on like this.

VLADIMIR: That's what you think.

ESTRAGON: If we parted? That might be better for us.

VLADIMIR: We'll hang ourselves tomorrow. (*Pause*) Unless Godot comes.

ESTRAGON: And if he comes?

VLADIMIR: We'll be saved. (*Vladimir takes off his hat (Lucky's), peers inside it, feels about inside it, shakes it, knocks on the crown, puts it on again.*)

Нездатність Володимира та Естрагона покинути один одного є ще одним прикладом невпевненості і незадоволеності, які вони відчувають у той час, як чекають пояснення своєму існуванню. Для них, як і для читачів, смерть вічно здається далекою і, таким чином, завершення стає «нескінченим процесом». Ця ідея в свою чергу підтримується авторським прийомом аранжування тексту – коловою, циклічною композицією твору.

VLADIMIR: Well? Shall we go?

ESTRAGON: Yes, let's go. ***They do not move.***

Сократ зазначав, що неосмислене життя не варте того, щоб його проживати. У героїв Беккета немає іншого виходу. Потрапивши на сцену, вони не можуть з неї піти, поки не впаде завіса. Драматург, який замінює своїм персонажам Бога, кинув їх під вогнями рампи, не пояснивши, ні чому вони туди потрапили, ні що там повинні робити. Замкнені в трьох стінах, вони не можуть покинути п'єсу і зрозуміти її сенсу, їм залишається лише грати.

Новаторство Беккета в тому, що він з безпрецедентною послідовністю реалізував вічну метафору «Світ – це театр». Залишивши своїх героїв битися з безмістовною порожнечою життя, він надав глядачам можливість спостерігати, як вони будуть викручуватися.

Беккет відкрив нову драму. В ній він показував людям, що коротають відпущену їм частину вічності. У своєму театрі Беккет поміняв місцями передній план із заднім. Все, що відбувається перед глядачами, все, про що говорять персонажі, не має значення. Важлива лише задана ситуація, в якій вони опинилися, і яка нічим не відрізняється від нашої (глядацької). По суті, ми дивимося на себе, адже на відміну від життя, в театрі Беккета немає нічого такого, що б відволікало нас від себе, від очікування на Годо (ВІПУ, Бога).

VLADIMIR: (*triumphantly*). It's Godot! At last! It's Godot! We're saved! Let's go and meet him!... We are no longer alone, waiting for the night, waiting for Godot, waiting for ... waiting. All evening we have struggled, unassisted. Now it's over. It's already tomorrow.

POZZO: Help!

VLADIMIR: Time flows again already. The sun will set, the moon rise, and we away ... from here.

Семюел Беккет є однією з провідних фігур, драматургічні твори якої часто визнають перехідними від модернізму до постмодернізму. Беккет був тісно пов'язаний з модернізмом завдяки своїй дружбі з Джеймсом Джойсом, однак саме його роботи допомогли літературі подолати модернізм. Джойс, один з представників модернізму, прославляв здібності й можливості мови; Беккет говорив у 1945 році, що для того, аби вийти з тіні Джойса, він має зосередитися на бідності мови, звернутися до теми людини як непорозуміння. Дослідник Ганс-Пітер Вагнер пише: «Експерименти Беккета з формою та розпадом оповіді й персонажів в драматургії дали йому Нобелівську премію з літератури в 1969 році. Його твори, що були опубліковані після 1969 року, представляють собою, переважно, металітературні спроби, які необхідно читати в світлі його власних теорій та попередніх творів; це спроби деконструювати літературні форми й жанри. <...> Останній текст Беккета, опублікований за його життя, «Рух у непорушності» («*Stirrings in Still*», 1988), стирає границі між драмою, прозою й поезією, між власними текстами Беккета, будучи майже повністю складеними з відголосків і повторів з його попередніх робіт» [8].

Семюел Беккет був, безумовно, одним з прабатьків постмодерністського руху в драмі, який продовжує розхитувати ідеї логічної послідовності оповіді, формального сюжету, регулярної часової послідовності й психологічно пояснених персонажів, чим заслуговує на більш ретельну увагу до його творчості.

#### Література:

1. Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть / Жан Бодрийяр. – М. : Добросвет, 2000 – 387 с.
2. Лейдерман Н. Л. Современная русская литература: 1950–1990-е годы / Н. Л. Лейдерман, М. Н. Липовецкий. Т. 2.
3. Биррингер И. Театр, теория, постмодернизм / И. Биррингер, 1991. – С. 29.
4. Уортен У. Б. Современная драма и риторика театра / У. Б. Уортен, 1992. – 292 с.
5. Beckett, Samuel. *Waiting For Godot: Tragicomedy in 2 Acts.* – New York : Grove, 1954.
6. Jenkins, Anthony. *Critical Essays on S. Beckett* / Ed. Anthony Jenkins. – Boston : G. K. Hall, 1990.
7. Tynan, K. *A View of the English Stage, dramatic criticism selected by Kenneth Tynan*, 1975.
8. Wagner, H. P. *A History of British, Irish and American Literature* / H. P. Wagner. – Trier, 2003. – 194 p.

Ущина В. А.,

Волинський національний університет імені Лесі Українки, м. Луцьк

## ДИСКУРС РИЗИКУ: КОМУНІКАТИВНИЙ ТА ПРАГМАТИЧНИЙ АСПЕКТИ

*У статті розглядається дискурс ризику, як об'єкт комунікативної діяльності людини у когнітивному та соціальному процесі. Висвітлені деякі структурні, комунікативні та прагматичні особливості дискурсу ризику. Виділено типи ризиків та розмежовано типи дискурсів, у яких про них йдеться.*

**Ключові терміни:** дискурс ризику, ситуація ризику, суб'єкт ризику, комунікація.

*В статье рассматривается дискурс риска как объект коммуникативной деятельности человека в когнитивном и социальном процессе. Описаны некоторые структурные, коммуникативные и прагматические особенности дискурса риска. Выделены различные типы рисков и разграничены типы дискурсов, в которых о них идет речь.*

**Ключевые слова:** дискурс риска, ситуация риска, субъект риска, коммуникация.

*The article deals with risk as discourse where risk is seen as the person's cognitive, communicative and social activity. Structural, communicative and pragmatic peculiarities of risk situation textual representation are described. Different types of risk are distinguished.*

**Key words:** discourse of risk, risk situation, risk subject, communication.

У статті розглядаються структурні, комунікативні та прагматичні особливості сучасного англомовного дискурсу ризику. В останні роки все частіше увагу лінгвістів привертають тексти, які тією чи іншою мірою стосуються різного виду ризиків. Більше того, сучасне суспільство перебуває, так би мовити, у перманентному дискурсі ризику, – інформація, що стосується згаданих проблем, безперервним потоком ллється з найрізноманітніших масмедійних джерел. Тому дослідження лінгвістичних основ проблем, пов'язаних з дискурсивною діяльністю суб'єктів у ситуаціях ризику, вбачається нами надзвичайно актуальним.

Прагматичні характеристики вербальної комунікації, пов'язані з ефективністю реалізації мовних знаків у плані впливу мовленнєвої інтеракції на поведінку комунікантів в умовах конкретних ситуацій різного характеру, є предметом вивчення цілого ряду вітчизняних та зарубіжних вчених [1; 3; 4; 5; 6; 7; 9; 10; 11; 14; 16; 18]. Спектр проблем сучасної лінгвістики зумовлений наявністю різноманітних аспектів мовних явищ як об'єкта дослідження. З одного боку, це визначається розмаїттям комунікативних форм мовленнєвої поведінки, багатогранністю стосунків між учасниками дискурсивних практик і ситуацій мовленнєвої взаємодії. З іншого боку, важливим стає дослідження мовної маніфестації рольових виявів суб'єктів спілкування і експектацій, пов'язаних з їх реалізацією в інтерактивному обміні. Згадані факти роблять вивчення різних аспектів будь-якого дискурсу однією зі складних та актуальних проблем у науці про мову.

У сучасній лінгвістиці під дискурсом розуміють мовлення у ситуаційному контексті, або ситуації. Остання може тлумачитися як конкретна ситуація спілкування (на її позначення застосовують терміни «комунікативна / мовленнєва ситуація») або як загальна культурна ситуація («суспільна практика», «культурний контекст»). Друге тлумачення притаманне суспільним наукам (філософії, культурології, соціології тощо), а перше є поширеним у мовознавстві: дискурс трактується як процес ситуативно зумовленої комунікативної діяльності або її результат (текст) [13].

Згадані підходи до визначення змісту терміна «дискурс» не суперечать один одному: вони є різними дослідницькими «проекціями» складного та багатовимірного феномену дискурсу [ibid.]. Отже, навіть вивчаючи дискурс як процес, діяльність, дослідник фактично має справу з результатом цієї діяльності – текстом, але з цього застиглого «відбитку» мовленнєвої діяльності, що відбувається у когнітивному і соціальному контексті, він має вилучити дані, що є релевантними для процесуального аспекту буття природної мови.

**Об'єктом** презентованого у статті дослідження є англомовний дискурс ризику, що розуміється як розумово-мовленнєва діяльність носіїв англійської мови у ситуації ризику. Предметом розгляду є комунікативні особливості ситуацій ризику, а метою – узагальнення характерних структурних і прагматичних характеристик англомовного дискурсу ризику.

Дискурс ризику має щонайменш два різновиди: а) власне дискурс ризику, тобто дискурс, продукований суб'єктом безпосередньо у ситуаціях ризику (йдеться, наприклад, про мовленнєву поведінку суб'єкта у ситуаціях, пов'язаних із загрозою життю чи здоров'ю), і б) дискурс про ризики, тобто дискурс, у якому обговорюється інформація про можливі ризики, наявності відчуття небезпеки та нагнітається психологічний тиск у зв'язку з передбаченням ризикованих ситуацій, або ж за примарними ризиками приховується правда про можливі невдачі (особливо у політичному дискурсі).

Поняття «ризик» стало одним з ключових об'єктів академічних та публічних дебатів у гуманітарних науках ще після Другої світової війни [2; 8; 12; 17], однак лінгвістичні дослідження цього феномену розпочалися лише в останні десятиліття [20; 21; 22]. Це, на нашу думку, викликано небаченим ростом кількості публікацій про різновиди ризиків у найрізноманітніших друкованих та електронних засобах інформації. З'явилися такі терміни, як «ризикологія» [13; 15] або «ризик-комунікація» (risk-communication) [22, с. 106]. Ризик – це потенційна можливість зазнати втрат внаслідок випадкового характеру результатів прийнятих рішень або виконаних дій, у тому числі й дискурсивних. Ситуація ризику характеризується невизначеністю її завершення при можливій наявності несприятливих наслідків. Ризик може виникати в найрізноманітніших сферах людської діяльності, пов'язаних з медициною, освітою, політикою, економікою, педагогікою тощо. Відтак, поняття ризику доцільно трактувати у гуманітарних науках широко – як будь-які небажані для сучасного суспільства явища, здебільшого ті, що несуть загрозу життю та здоров'ю людини.

Ситуація ризику визначається нами як ситуація потенційної небезпеки для суб'єкта та характеризується певною обмеженістю в часі, тому у таких ситуаціях виникає необхідність вирішувати проблему швидко. Суб'єкт припускає можливість вирішення проблеми завдяки власним діям або за допомогою іншої сили.

Ризик не є об'єктивним поняттям, тобто його змістом не є фізична дійсність, яка існує незалежно від свідомості людини. Це поняття пов'язане із суб'єктивною сферою людського буття, адже воно втілює раціоналістичну оцінку ситуації, у якій перебуває індивід (або індивіди). Слова *risk, danger, possibility, chance, harm* активують у свідомості людини знання про негативні та загрозові наслідки, які представлені концептом чи фреймом РИЗИК / RISK. Концептуальні знання про небезпеку дають змогу визначити цілі учасників комунікативної ситуації, суб'єкт та наслідки загрози, так, наприклад, у реченні «*Social researchers have identified many factors that put children at risk of problems from hyperactivity to dropping out of school to becoming involve in crime*», ми виділяємо комунікативну ціль – повідомлення соціологів про проблеми та загрозові наслідки для дітей; суб'єктів ризикованої ситуації – дітей (*children*), які знаходяться в ситуації ризику (*risk problems*); негативні наслідки, а саме: проблеми зі школою, підліткова злочинність (*dropping out of school, involvement in crime*).

М. Гелідей моделює дискурсну ситуацію, виокремлюючи у ній «поле» (*field*), «учасників» (*tenor*) та «форму» (*mode*) [19, с. 175–202]. Під «полем» дискурсу дослідник розуміє характер здійснюваної за посередництвом природної мови соціальної взаємодії (наприклад, біологія, медицина, релігія, політика тощо). Оскільки «полем» дискурсу може бути будь-яка сфера людської діяльності, цей перелік має відкритий характер. Можна припустити, що різновидів дискурсу є стільки, скільки є видів діяльності людини, оскільки кожен вид діяльності створює своє «поле» дискурсу з притаманним йому мовним оформленням. Параметр «учасники» співвідносний з рольовою структурою комунікативної взаємодії, тобто стосується статусних, позиційних та реляційних ролей, як постійних, так і тимчасових (наприклад, батько – дитина; лікар – пацієнт тощо). Параметр «форма» пов'язаний з особливостями символічної організації здійснюваної за допомогою мови діяльності (усна – письмова; формальна – неформальна; опис – розповідь тощо).

Визначення *дискурсу ризику* за цими параметрами дозволяє вивести такі його критерії: «поле» – ситуація ризику, що характеризується наявністю небезпеки для учасників – обох або одного з них (це може бути діалог у ситуації ризику або розмова про те, що ситуація є ризикованою). «Учасники» – англійськомовні учасники комунікативної ситуації ризику. «Форма» – усна, опосередкована письмовим мовленням, або письмова (у випадку медійних текстів про ризику). Джерелом матеріалу для вивчення англійськомовного дискурсу ризику слугують наукові та медіа-тексти, представлені Інтернет виданнями, газетними та журнальними статтями, у яких висвітлюється тема ризику, а також сучасні англійськомовні художні тексти, у яких описуються ситуації дискурсу, що обов'язково включають її учасників та їх мовленнєву поведінку.

Медіа-тексти мають описовий характер, оскільки «ризик» у них є предметом вивчення різноманітних наук (медицина, психологія, педагогіка, економіка та ін.) і розглядається з різних точок зору. У художньому тексті ситуація ризику представлена не лише з точки зору автора, а й з огляду на сприйняття самого читача – кожен аналізує ризиковану ситуацію, спираючись на власний життєвий досвід, культуру, світогляд.

У вивченні ризиків, представлених у художньому дискурсі ризику, ми вважаємо доцільним враховувати погляди російського лінгвіста С. О. Сухих, який виділяє комунікативно-прагматичні зразки мовленнєвої поведінки – типи або сценарії взаємодії, до складу яких входять соціальні норми, ситуативний контекст (місце і час мовленнєвої події), соціальні стосунки, рівень формальності [13, с. 47]. Необхідно зазначити, що художній дискурс ризику залежить також від характеру мовленнєвої діяльності – її цільової спрямованості, мотивів адресанта, зміни в ситуаціях спілкування, перш за все в почуттях та поведінці адресата [14, с. 25]. Отже, під час аналізу дискурсу ризику значення також набуває соціальність мови та позамовні соціальні фактори, що виявляється у мовному оформленні соціально-вагомих подій та особливостях адресантно-адресатної конфігурації, коли адресатом є соціум.

Контент-аналіз публікацій у престижних американських та британських періодичних виданнях, які тим чи іншим чином пов'язані з даною тематикою, дозволив нам виділити типи ризиків, що найактивніше обговорюються в пресі:

а) природні ризики (екологічні проблеми, кліматичні зміни, природні лиха, глобальне потепління); б) соціальні ризики (техногенні катастрофи, бідність, безробіття, демографічні проблеми, расова нетерпимість, злочинність); в) суспільно-політичні ризики (економічні та політичні кризи, політичні перевороты, війни, революції); г) моральні ризики (внаслідок порушення релігійних заповідей, невиконання обов'язків, недотримання морально-етичних постулатів людина ризикує бути покараною докорами сумління); д) ризики, пов'язані зі станом здоров'я (фармакологічна продукція, хвороби, неправильне харчування, продукти харчування, екологічні загрози, ожиріння, медицина та охорона здоров'я); е) містичні ризики (різноманітні передбачення катастроф, кінця світу т. і.).

У психології, приміром, ризик розглядається, як ситуативна характеристика діяльності, що полягає в невизначеності її результату і можливих несприятливих наслідках у разі невдачі; у медицині ризик – це наявність певної вірогідності загроз життю людини, спричинених чинниками, що шкодять її здоров'ю (алкоголь, куріння, наркотики, рання вагітність, невдала медична допомога та ін.). Суб'єктом ризику в зазначених ситуаціях є індивід з його особистісними якостями і характеристиками, в тому числі пов'язаних з мовленнєвою діяльністю. Такі ризики мають «індивідуальний характер». Однак існує велика кількість ризиків, пов'язаних з незалежними від окремої людини причинами, як от – глобальне потепління чи техногенні катастрофи. Такі ризики ми називаємо «колективними», і відносимо до них природні, соціальні, суспільно-політичні. Очевидно, що подібні ризики частіше описуються у медіа-текстах, ніж в художній літературі. Мовленнєва поведінка людини безпосередньо у ситуаціях ризику індивідуального характеру є певною актуалізацією специфічної активності людини в ситуації вибору, саморегуляцією у прийнятті ризикованих рішень або дій. Участь індивіда у обговоренні потенційних ризиків (у тому числі й колективних) передбачає вплив механізмів диспозиційних передумов, що виявляються

як примірювання до ситуації власних можливостей, які включають інтелектуальні, особистісні та соціальні риси суб'єкта ризику.

Підводячи підсумки, важливо наголосити, що дискурс ризику є процесом комунікативної діяльності людини, тому перспективи наших подальших розвідок вбачаємо у детальному вивченні особливостей вербальних та невербальних виявів її мовленнєвої поведінки у ситуаціях ризику.

#### Література:

- 1 Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека. 2-е издание, исправленное. – М. : «Языки Русской культуры», 1999. – 895 с.
2. Вилдавски А., Дейк К. Теория восприятия риска // THESIS. – Вып. 5. – 1994. – С. 268-276.
3. Воробьева О. Текстовые категории и фактор адресата. – К. : Вища школа, 1993. – 198 с.
4. Демьянков В. З. Доминирующие лингвистические теории в конце XX века. // Под ред. Степанова Ю. С. Язык и наука конца 20 века. – М. : Российская Академия наук. Институт языкознания РАН, 1995. – С. 239-321.
5. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. – Волгоград: Перемена, 2004. – 390 с.
6. Карасик В. И. Структура институционального дискурса // Проблемы речевой коммуникации: Межвуз. сб. науч. тр. Саратов: Изд-во Саратовского ун-та, 2000. – С. 25-33.
7. Карасик В. И. Языковые ключи / В. И. Карасик. – М. : Гнозис, 2009. – 406 с.
8. Лоуви Т. Риск и право в истории американского государства. // THESIS. – Вып. 5. – 1994. – С. 253-267.
9. Потапенко С. І. Сучасний англомовний медіа-дискурс: лінгвокогнітивний та мотиваційний аспекти: Монографія. – Ніжин : Видавництво НДУ імені Миколи Гоголя, 2009. – 391 с.
10. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации. – М. : «Рефл-бук», К. : «Ваклер», 2001. – 656 с.
11. Почепцов Г. Психологические войны. – М. : «Рефл-бук», К. : «Ваклер», 2000. – 528 с.
12. Ручкина М. В. Субъект риска: философский и междисциплинарный дискурс // Известия Росс. гос пед. ун-та им. Герцена / Общественные и гуманитарные науки. – № 77. – 2008. – С. 155-160.
13. Сухих С. А. Личность в коммуникативном процессе. – Краснодар : Изд-во Юж. ин-та менеджмента, 2004. – 155 с.
14. Шевченко І. С., Морозова О. І. Дискурс як мисленнєво-комунікативна діяльність / Ірина Семенівна Шевченко, Олена Іванівна Морозова // Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен: (Колект. монографія) / Л. Р. Безугла, С. В. Бондаренко, П. М. Донець та ін.; Під загальн. ред. І. С. Шевченко. – Харків : Константа, 2005. – С. 21-29.
15. Яницкий О. Н. Социология риска: ключевые идеи // Мир России. – №1. – 2003. – С. 3-34.
16. Dijk T. A. van. Cognitive situation models in discourse production: the expression of ethnic situations in prejudiced discourse (chapter 4) // T. A. van. Dijk // Language and Social Situations. – New York ..., 1985. – P. 61-79.
17. Douglas M. «Risk as a Forensic Resource // Daedalus, Fall, v. 119, no. 4/ American Academy of Arts and Sciences, 1990. – P. 242.
18. Fairclough N. Critical Discourse Analysis. – London and New York : Longman, 1998. – 265 p.
19. Halliday M. A. K. Language as social semiotic: The social interpretation of language and meaning. – London : Edward Arnold, 1978. – 256 p.
20. Lupton D. Risk as moral danger: the social and political functions of risk discourse in public health // International Journal of Health Services, Kingswood, Australia #23 (3), 1993. – P. 425-435.
21. Stallings R. A. Media Discourse and the Social Construction of Risk // Social Problems. – Vol. 37. – No. 1. – California : University of California Press. 1990. – P. 80-95.
22. Zinn Jens O. Risk as Discourse: Interdisciplinary Perspectives // CADAAD (Critical Approaches to Discourse Analysis across Disciplines, vol. 4 (2), 2010. – P. 106-124.

**Федоренко С. В.,**

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

## МЕТАФОРА В НАУКОВО-ТЕХНІЧНІЙ ЛІТЕРАТУРІ

*У статті висвітлено особливості функціонування метафоричних засобів у науково-технічних текстах та досліджено різні підходи до їх класифікації.*

**Ключові слова:** метафора, метафоричні засоби, науково-технічний текст.

*Статья посвящена исследованию особенностей функционирования метафор и разных подходов к их классификации в научно-технических текстах.*

**Ключевые слова:** метафора, метафорические средства, научно-технический текст.

*The paper deals with a metaphor as an important component of scientific-technical texts, which reflects dynamics of lively language functioning in the sphere of sci-tech communication. Different types of metaphorical means in scientific-technical texts are highlighted.*

**Key words:** metaphor, metaphorical means, scientific-technical text.

**Постановка проблеми у загальному вигляді.** В останні десятиліття інтерес учених до функціонування тропів у художніх, публіцистичних, рекламних текстах зростає. Зокрема простежується метафороцентричність лінгвістичних досліджень. Метафора – важливий компонент науково-технічних текстів, який повною мірою відображає всю динаміку функціонування мови в науково-технічній сфері спілкування.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій,** у яких започатковано розв'язання загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. Теоретичним підґрунтям дослідження стали праці Н. Арутюнової, М. Блека, Р. Гіора, С. Гусева, М. Кожіної, Н. Разінкіної та ін.

**Формулювання цілей статті.** Мета статті полягає у висвітленні особливостей функціонування метафоричних засобів у науково-технічних текстах.

**Виклад основного матеріалу дослідження** з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Використання засобів образності в науковому тексті принципово відрізняється від їх використання у художній літературі: у художньому творі метафора – це важливий елемент системи образів; у науковій мові багато метафор виступають у допоміжній функції – для пояснення, популяризації. Вони є своєрідними інструкціями, не зв'язаними із загальною мовленнєвою системою, чужорідними елементами, які вживаються не гармонійно до стилю, а всупереч йому [1; 5].

Уявлення про другорядність категорії образності в науковому стилі можна вже віднести до застарілих. У цьому переконують новітні дослідження з когнітивної лінгвістики, в яких мову розглядають як інструмент пізнання, а метафору – як один з механізмів мислення. Отже, метафоризація – це процес такої взаємодії пропонованих сутностей та операцій, що приводить до отримання нових знань про світ. Метафоризація супроводжується вкрапленням у нове поняття ознак уже пізної дійсності, відображеної у значенні [1; 3; 4; 7]. Акт метафоризації виражається у формі переносу деякої ознаки одного предмета на інший в силу наявності у цього іншого предмета подібної ознаки. Необхідною умовою розуміння метафори (її адекватної інтерпретації) є певний рівень мислення суб'єкта, який сприймає метафору [8]. Процеси метафоризації протікають у сфері мисленнєво-мовної практики, яка має справу не з реальними речами і явищами, а з їхніми відображеннями у людській свідомості. Отже, зрозуміти метафору – означає в якійсь мірі мислено прослідкувати шлях її створення, а це потребує зусиль мислення «в подоланні несумісності значень» і «побудові смислової гармонії» [8, с. 109]. Завдання метафори – викликати уявлення. Світ метафори – це світ образного мислення. Результат метафори полягає у виведенні ознак основного суб'єкта.

На сучасному етапі теорія класифікацій метафори, що ґрунтуються на різних підходах, налічує не одну класифікацію. Це свідчить про плюралізм думок у цій сфері. Адже існують класифікації Дж. Лакоффа і М. Джонсона, А. Авелічева, Г. Буша, В. Петрова; функціональна класифікація Н. Арутюнової, що розглядає метафори чотирьох типів: номінативні, образні, когнітивні та генералізуючі; класифікація І. Штерн за якою метафори поділено на три типи: номінативні, когнітивні й образні. Щодо науково-технічних текстів, то в них крім номінативних, когнітивних і образних метафор, науковці виділяють ще й концептуальні та безаналогійні метафори [2; 5; 7; 8]. Розглянемо детальніше зазначені типи метафор.

**Номінативні метафори.** До номінативних метафор належать терміни, утворені шляхом образного переосмислення загальноживаних слів. Номінативні метафори ґрунтуються на: **безумовній аналогії** (вони найчисельніші – так забезпечується належна вмотивованість термінів): *молекулярний ланцюжок, формула математичного сподівання, рівноплечі терези* тощо; **простій аналогії**: *клин, ребро, ядро*; **умовній аналогії**: *метод лежачої краплі, форма плаваючої крапки*. У термінах на позначення виконавця дії образне переосмислення полягає в наданні властивостей людини механізмам та їхнім частинам (персоніфікація): *архітектор, розпізнавач, сортувальник*.

**Концептуальні метафори** охоплюють терміни, утворені шляхом переосмислення термінів інших галузей знання. Концептуальна метафора є явищем, яке формується не в мові, а в мисленні – завдяки його здатності встановлювати аналогії між гетерогенними сутностями різної природи, в результаті чого людина концептуалізує одну ментальну сутність у термінах іншої. Причому функція метафор полягає не в тому, щоб охарактеризувати певний концепт, а в тому, щоб висвітлити окремі його аспекти. Коли термін переходить з однієї системи знань до іншої, науковці усвідомлюють його умовність. Але ця умовність уможливує застосування образної назви для позначення нового поняття. Наприклад: *«Енергія водневого атома є виродженою»*. Виродження у фізиці не те саме, що в біології чи медицині. У фізиці це певний стан, коли значення якоїсь характеристики (у наведеному прикладі – енергії) однакове для різних станів системи.



**Когнітивні метафори.** Функціональне призначення когнітивних метафор полягає у формуванні нових наукових понять, розкритті суттєвих властивостей досліджуваних об'єктів, установленні нового смислового змісту знань. Когнітивні метафори характеризують явище не за зовнішніми ознаками, а за внутрішньою сутністю, за подібністю процесів. Вони є особливим прийомом мислення, засобом отримання нової інформації. Функція пізнавальної метафори – забезпечити можливість розуміння як пізнавального процесу, який охоплює мислення, емоційно-відчуттєву сферу й інтуїцію. З часом когнітивні метафори можуть трансформуватися в номінативні або образні: в номінативні, коли гіпотеза вченого підтвердилася (аналогія, покладена в основу метафори, виявилася безумовною) і запропонована ним метафора узвичаїлася як термін; в образні, коли вчений схопив лише зовнішню подібність (аналогія, покладена в основу метафори, виявилася поверхневою, неповною).

Прикладом когнітивної метафори є метафора *планетарна модель атома*. Планетарна модель уподібнює структуру атома до структури сонячної системи: у центрі – позитивне ядро, навколо на орбітах – негативні електрони. Нині це вже вважається грубим спрощенням, а коли Резерфорд уперше провів аналогію між структурою атома і будовою сонячної системи, це була революційна ідея, яка зіграла важливу роль у пізнанні атома, дала поштовх для наукової думки і стимулювала багато експериментів.

**Образні метафори.** У наукових текстах вживаються й справжні образи, наприклад: «*Бозони мають тенденцію накопичуватись в одному стані і з цього погляду вони є колективістами*». При цьому метафора тісно сплітається з усією структурою наукового тексту і, як наслідок, допускає лише однозначне тлумачення, що відрізняє її від можливості широкого тлумачення в художньому творі. З часом емоційне забарвлення метафори стирається й вона підкоряється прагматичним якостям наукової мови – її логічній послідовності, точності й функціональній доцільності [6].

Першим етапом образного вживання є написання незвичного для контексту слова в лапках. Саме так автор сигналізує про чужорідність мовного засобу, водночас наче «приміряючи» його до нового вжитку.

Більшість образних метафор базується на простих аналогіях, в основі яких лежить зіставлення наукових понять зі звичайними речами: «*шуба*» електрона; *транспорт* на «*магнітній подушці*»; «*пиріжкова*» діаграма. В основу образних метафор можуть бути покладені семи на позначення дії, процесу: «*перекачувати*» електроенергію з термоядерного реактора; «*лікувальна*» комп'ютерна програма.

У науково-технічних текстах трапляється поєднання образних і когнітивних метафор: «*У кожному кристалі при сталій температурі є рівноважна концентрація «дірок» – вакансій*» – те саме явище називають і «*діркою*», і «*вакансією*». Тут слово «*дірка*» – образна метафора, а слово *вакансія* – когнітивна: лексема *дірка* викликає образ порожнини у тілі чогось, а *вакансія* вказує і на порожність, і на те, що ця порожність тимчасова, – цю вакансію обов'язково заповняють. Отже, лексема *вакансія* не тільки несе в собі образ, а й відображає сутність процесу.

Особливість використання образних метафор у науковому стилі полягає в прагматичному характері образності. Це пояснюється комунікативним призначенням зазначеного стилю – забезпечувати оптимальне спілкування науковців у сфері, для якої прагматизм із його похідними якостями (об'єктивністю, строгістю, послідовністю, однозначністю) є основною рисою.

**Безаналогійне утворення метафор.** Серед образних засобів наукового стилю помітно вирізняються такі, що створені без участі аналогії. У процесі пізнання вчені давали назви об'єктам і явищам дійсності, не зіставляючи їх з іншими об'єктами. Такі назви характеризуються умовністю, невмотивованістю, оказіональністю. Безаналогійні метафори свідчать про те, що шляхи інтелектуального освоєння дійсності різноманітні, численні й рівноцінні для досягнення пізнавальної мети.

Прикладом невмотивованого позначання є залучення лексем із семантикою кольорів на позначення різних характеристик кварків, наприклад: *кольоровий заряд*, *білі адрони*, *червоний кварк*, *зелено-античервоний глюон*. Різними кольорами назвали такі властивості елементарних частинок, які не мають нічого спільного з оптичними кольорами (частотами електромагнітних хвиль). Це пояснюється тим, що мікросвіт за багатьма параметрами принципово відрізняється від нашого звичайного макросвіту, тому й застосування звичайної мови для характеристики елементарних частинок є досить обмеженим. Умовними є й такі назви, застосовані для характеристики елементарних частинок: *аромат*, *чарівність*, *привабливість*, *краса*, *вершина*.

**Висновки з поданого дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі.** Метафоричний процес у науково-технічній літературі багатий і різноманітний. Він включає мотив вибору того чи іншого вислову в залежності від прагматичного замислу і топікального характеру науково-технічного тексту. З огляду на вищесказане, зазначимо, що метафоризація в науково-технічних текстах – це процес, що приводить до отримання нового знання про світ шляхом використання вже існуючих у мові назв. Перспективою подальших розвідок у даному напрямі дослідження є вивчення передачі метафор в англомовній науково-технічній літературі засобами української мови.

#### Література:

1. Арутюнова Н. Д. Метафора и дискурс / Н. Д. Арутюнова // Теория метафоры. – М. : Прогресс, 1990. – С. 22-40.
2. Баранов А. Н. О типах сочетаемости метафорических моделей / А. Н. Баранов // Вопросы языкознания. – №2. – 2003. – С. 73-94.
3. Блэк М. Метафора / М. Блэк // Теория метафоры: сб. науч. ст. – М. : Прогресс, 1990. – С. 153-172.
4. Гусев С. С. Наука и метафора / С. С. Гусев. – Ленинград, 1984. – 172 с.
5. Кожина М. Н. Стилистика русского языка [Текст] / М. Н. Кожина. – М. : Просвещение, 1993. – 224 с.
6. Разинкина Н. М. Об экспрессивности синтаксиса английской научной прозы / Н. М. Разинкина // Язык и стиль научной литературы. – М., 1977. – С. 18-29.
7. Телия В. Н. Метафора как модель смыслопроизводства и ее экспрессивно-оценочная функция / В. Н. Телия // Метафора в языке и тексте. – М. : Наука, 1988. – С. 10-51.
8. Шахнарович А. М. К проблеме понимания метафоры / А. М. Шахнарович, Н. М. Юрьева // Метафора в языке и тексте. – М., 1988. – С. 108-118.

Худа Н. С.,

Львівський національний університет ім. І. Франка, м. Львів

## ОСОБЛИВОСТІ ВЖИВАННЯ ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНИХ КЛАСІВ ІМЕННИКІВ У РОМАНАХ ДЖОНА АПДАЙКА (на матеріалі роману «Кролик, біжи»)

*Статтю присвячено дослідженню особливостей вживання лексико-семантичних класів іменників у першому романі «Кролик, біжи» з циклу романів про Кролика Джона Апдайка. У роботі подається визначення поняття індивідуально-авторського стилю, висвітлюється специфіка авторського стилю Дж. Апдайка та здійснюється детальний аналіз мовної картини світу роману «Кролик, біжи».*

**Ключові слова:** індивідуально-авторський стиль, лексико-семантичні класи іменників, мовна картина світу.

*Статья посвящена исследованию особенностей использования лексико-семантических классов имен существительных в первом романе «Кролик, беги» с цикла романов о Кролике Джона Апдайка. В работе представлено понятие индивидуально-авторского стиля, раскрывается специфика авторского стиля Дж. Апдайка и осуществляется анализ языковой картины мира романа «Кролик, беги».*

**Ключевые слова:** индивидуально-авторский стиль, лексико-семантические классы имен существительных, языковая картина мира.

*This article deals with the investigation of the peculiarities of lexico-semantic realization of noun classes in the first novel «Rabbit, run» of the quartet of Rabbit books by John Updike. We investigate the concept of individual author's style, clarify the specific nature of John Updike's individual style and provide the detailed analysis of language picture of the world.*

**Keywords:** individual author's style, lexico-semantic of noun classes, language picture of the world.

Мовна картина світу як спосіб реалізації мови та мовних засобів завжди перебували в центрі уваги сучасної лінгвістики. Термін «мовна картина світу» (МКС), запропонований Л. Вейсгербером, становить, на думку вчених, сукупність уявлень людини про об'єктивну дійсність і є тією основою, на яку нанизуються складна сітка мовних відношень. Мовній картині світу присвятили свої праці такі вчені, як Ж. Соколовська, Л. М. Васильєв, С. Я. Єрмоленко, Г. В. Колшанський, Є. С. Кубрякова, В. І. Постовалова, А. Н. Суворова, Є. С. Яковлева та ін. Н. Гуйванюк досліджує проблему мовної картини світу та мовні засоби іронії української мови [3, с. 177]. Останнім часом з'явилися цікаві напрацювання щодо МКС і функціонального стилю (Л. Гіков; Н. Г. Єсипенко та ін.). Професор О. Селіванова у Лінгвістичній енциклопедії визначає МКС як представлення предметів, фактів, явищ ситуацій дійсності, ціннісних орієнтирів, життєвих стратегій і сценаріїв поведінки в мовних знаках, категоріях, явищ мовлення, що є семіотичним результатом концептуальної репрезентації дійсності в етносвідомості. Автор підкреслює, що МКС не є ізоморфна концептуальній категоризації світу, а є її підсистемою, що доволіно й конвенційно фіксує деякі когнітивні структури, проте не всі мовні категорії є результатом концептуальної категоризації [7, с. 441]. Слід підкреслити, що невід'ємною часткою мовної картини світу твору є співвідношення та реалізація лексико-семантичних класів частин мови.

Вивчаючи особливості іменників та їх семантику, А. Вежицька зазначає, що іменники втілюють концепти, що зводяться в категорії, які можна ідентифікувати за допомогою образу [2, с. 102]. Варто вказати на існування чотирьох основних категорій понять, зокрема: предмети, процеси, якості, величини. Саме вказані поняття, згідно О. Корнілова, знаходять своє словесне втілення у мовній картині світу за допомогою іменників [5, с. 12].

Н. Г. Єсипенко у своєму дисертаційному дослідженні стверджує, що іменники у художньому творі покликані позначити цілий комплекс життєвих явищ, певне коло дійових осіб, їхнє взаємовідношення, предметне, природне, соціальне середовище, що їх оточує. Іменники не тільки відтворюють предметно-образну дійсність у творі, але за їх допомогою автор підкреслює найбільш значущі, на його думку, категорії твору [4, с. 97]. Категорії понять являють собою широкі семантичні групи, що організують лексичну структуру конкретного твору. Саме тому основною метою нашої статті є дослідження особливостей вживання лексико-семантичних класів іменників першого роману «Кролик, біжи» з циклу романів про Кролика американського прозаїка Джона Апдайка. Важливо підкреслити, що об'єктом зображення більшості творів прозаїка стає життя американської інтелігенції, так званого «середнього класу» [1, с. 5]. Джон Апдайк зосереджує свою увагу на безповоротному своєрідному здрибнінні особистості, занепаду її духовності, кризі віри, що поступово переростає у байдужість та нігілізм. З лінгвістичної точки зору усі без винятку романи Джона Апдайка є вартими уваги, оскільки автор використовує різноманітні мовні засоби та стилістичні прийоми, які підкреслюють його точне відчуття слова, стилістичну майстерність та індивідуально-авторський стиль. Романи цього автора є недостатньо дослідженими з лінгвістичної точки зору, тому завданнями нашої статті є дослідити індивідуальний стиль автора, проаналізувати випадки вживання лексико-семантичних класів іменників у романі «Кролик, біжи» та здійснити аналіз мовної картини світу роману. Варто вказати, що роман «Кролик, біжи» – перший роман вищезгаданого циклу. Соціальне тло роману – Америка 50-их років ХХ століття, головний герой – Гаррі Енгстром, якого всі називають Кроликом: *So tall, he seems an unlikely rabbit, but with breadth of white face, pallor of his blue irises, and a nervous flutter under his brief nose as he stabs a cigarette into his mouth partially explain the nickname* [9, с. 5]. Проаналізувавши подане речення слід вказати, що Джон Апдайк у своїх романах особливе місце відводить портретним описам людей.

Беручи до уваги все вищесказане іменниковий склад роману «Кролик, біжи» доцільно поділити на семантичні класи і визначити пріоритетні групи іменників, які і втілюють індивідуально-авторське відтворення навколишнього світу. У цьому зв'язку незайве згадати про загальновідомі поділи іменників за своєю семантикою на власні назви та загальні, на конкретні та абстрактні. Варто зазначити, що нами були розглянуті більш детальні класи-

фікації іменників, зокрема класифікація професора В. В. Левицького, який здійснює поділ іменників на 40 підкласів (розрядів) [6, с. 52-53]. Опираючись саме на запропоновану класифікацію, ми проаналізували усі підкласи іменників та згрупували їх згідно наступних семантичних полів: людина, детермінанти та оточуюча дійсність. В результаті здійсненого нами аналізу іменників варто вказати на кількісні показники їх вживання у романі. Відтак, найчисельнішим є семантичне поле «Оточуюча дійсність», яке складає 60 % усіх іменників роману, оскільки автор детально описує природу, навколишні просторові об'єкти для створення відчуття реальності; семантичне поле «Людина» становить 27 % та семантичне поле «детермінанти» – 13 %. В результаті здійсненого нами аналізу іменників роману ми можемо стверджувати, що підкласи «власні назви, імена та прізвиська» та «атрибути людини, її тіла та одягу» є найчисельнішими з семантичного поля «Людина». Звертаючись до кількісних показників слід зазначити, що іменників класу «атрибути людини, її тіла та одягу» становлять 10 % усіх іменників роману, а іменники підкласу «власні назви, імена та прізвиська» – 8 %. Іменники семантичного поля «Людина» є важливими складовими усього іменникового складу роману тому, що автор зосереджує свою увагу саме на людині, на її існуванні в суспільстві, на її фізичні та психологічні стани та процеси.

Можна з упевненістю сказати, що портретні характеристики людей є важливою складовою індивідуально-авторського стилю Апдайка. Наприклад, описуючи самого Гаррі автор, як бачимо, використовує наступні іменники: *breadth of face, pallor of irises, brief nose, so boyish shoulders, his pale skin, small ears, with soft cocksure voice, fair hair and bluish eyes*. Відтак, зображаючи новонароджену донечку Гаррі і Дженіс Ребеку-Джун, автор використовує такі іменниково-прикметникові словосполучення: *sharp red profile, eye will be huge, small lips, a small scale, the tiny stitchless seam of the closed eyelid; baby's nose; red baby's skin; little boneless leg, long, pink cranium, black licked swatches, full of lumps, blue vein* [9, с. 187]. До сказаного слід додати яскраво-реалістичний портрет матері Кролика: *Mrs. Angstrom has four-cornered nostrils. Lozenge-shape, they are set in a nose that is not so much large as extra-defined; the little pieces of muscle and cartilage and bone are individually emphatic and divide the skin into many facets in the sharp light...Mrs. Angstrom's is packed on a great harsh frame* [9, с. 137]. Саме іменники *nostrils, nose, muscle, bone, skin, frame* створюють реальну картину та образ, який постає перед священиком Екклзом під час їхньої першої зустрічі. Перше враження автор підсилює наступним словосполученням *red forearms, she is a vigorous woman*, які вдало доповнюють картину.

Варто зазначити, що у романі «Кролик, біжи» Апдайк переконливо зображує долі обивателів, які хоча і домоглися певного матеріального статку, однак відчувають певну безцільність свого існування і прагнуть урізноманітнити буденність за допомогою безладних любовних зв'язків, наркотиків, пияцтва. Саме такою постає перед нами багатогранна картина життя «середньо-статистичного» американця 1950-х років [8, с. 2116]. Звідси стає зрозумілим і детальний опис автором житлових приміщень, квартир, барів та ресторанів. Наприклад, описуючи неймовірний безлад у квартирі Дженіс і Гаррі Апдайк використовує наступні словосполучення: *broken toys, desertion, empty glass, odd oversight, paper bag, the garbage* підкреслюючи тим самим невтішну реальність головного героя. Тому можна стверджувати, що підкласи іменників «речі, матеріали» та «неживі предмети, механізми» є найчисельнішими в запропонованому романі. Їх іменниковий склад становить 11 % усього іменникового складу роману. Це пов'язано з метою самого роману: створити читачеві відчуття реальності, дати змогу відчути себе частиною усіх подій, що відбуваються шляхом детального опису усіх предметів оточуючої дійсності.

Проаналізувавши іменниковий склад роману «Кролик, біжи» можна стверджувати, що іменники підкласу «місце дії: просторові об'єкти, побудови» та «дорога, шлях, траєкторія руху» є достатньо чисельними. Вони становлять 9 % усіх іменників роману. Описуючи втечу Кролика автор використовує наступні іменники: *road, town, electric-power station, traffic, highway, city, map, beach, direction* [9, с. 23-24]. Тим самим намагаючись якомога реалістичніше зобразити навколишнє середовище, об'єкти та природу, порівняти їх стан зі станом самого головного героя.

Важливе значення у романі мають іменники, які позначають природу, тобто іменники підкласу «флора: рослини, сільськогосподарські культури» (4 %): *crocuses, grass, trees, peonies, oak leaves, plants, nasturtiums, poppies, sweet peas, petunias, palm, cherry trees* [9, с. 119]. Саме завдяки поданим іменникам читач має змогу відчути красу природи і порівняти її з буденністю людського існування. Буяння дерев, насиченість їх яскравими кольорами, вражаючі барви квітів, які цвітуть у саду Місіс Сміт немов мовчазне протиставлення існуванню Кролика-Гаррі.

Підклас іменників «географічні та астрономічні об'єкти» (5 %) характеризується помірною чисельністю і розподілені у романі нерівномірно, оскільки автор зосереджує свою увагу на мізерності людського буття, на переживаннях Гаррі та на його стосунках з людьми: *sun, moon, stars, earth, heaven* [9, с. 117]. Незначною чисельністю у романі відзначаються такі підкласи іменників як: «професія, рід занять, національність, титул звання» (2,3 %): *minister, German, seller, waiter, shop assistant, football coach*; «відрідки часу, доби, періоди, пори року» (2,6 %): *day, night, evening, spring, March, February, August, season*; «звуки, символи, сигнали» (2 %): *odor, flavor, sign, smell, horn*; «харчі»: *whisky, daiquiri, chopsticks, cutlery, oil, chicken hoo phooey, fish, hot dog, lima beans, milk, cheese, shoo-fly pie*; «мова та мовлення, тексти, літературні жанри та твори», «обсяг, вид, джерело інформації та знань» (3 %): *book, newspaper, article, detective story, women fiction, article, bible*. Незважаючи на те, що вищезгадані підкласи іменників і не відзначаються значною частотністю, проте їхній розподіл у романі «Кролик, біжи» є рівномірний, оскільки автор описує життя людей, їх побут, щоденну рутину, службові обов'язки.

Слід підкреслити, що тема самотності, неминучої, непереборної навіть у найменшому і найзгуртованішому осередку суспільства – родині, пронизує увесь роман від першої до останньої сторінки [1, с. 7]. Автор, описуючи гнітючу самотність Гаррі-Кролика, використовує наступні іменники, які ми віднесли до підкласу «абстракції, що позначають психічні явища людини» (3,4 %): *loneliness, unhappiness, fear, anxiety, horror, disgust, sanctuary*.

Проаналізувавши підкласи іменників, що превалюють у тексті роману, зазначаємо ретельний добір лексики відповідно до тематики твору. З огляду на домінуючі семантичні підкласи іменників роману, спостерігаємо

лексику спілкування, власних назв та побуту, що є провідними понятійними категоріями зображуваної автором реальної дійсності. Письменник не просто фіксує події, які відбуваються у певний період часу життя людей, а й акцентує увагу на людському сприйнятті описаних подій. Можна також з упевненістю сказати, що широке використання риторичних питань у прозових творах є характерною рисою індивідуального авторського стилю Джона Апдайка: *What is this for? But who cares?*.

У процесі дослідження нами виявлені також підкласи іменників, які характеризуються найменшою частотністю. Серед них підклас іменників, які позначають атрибути мистецтва; документи, державні папери, розпорядження, накази; абстракції на позначення ролі, значення, прикладу, принципу, способу, фактора, тощо. Їх кількісний показник становить 1,9 % усіх іменників, оскільки автор досить малу увагу приділяє мистецтву підкреслюючи тим самим буденність та пересічність простих обивателів.

Підсумовуючи вище сказане доцільно додати, що більшість критиків і читачів вважають роман «Кролик, біжи» одним з кращих романів сучасної американської літератури.

Таким чином, проведене дослідження підтверджує, що мовна картина світу роману «Кролик, біжи» Джона Апдайка є багатогранною, як було вже згадано вище, даний роман – перший з циклу романів про Кролика. Відтак наше подальше дослідження стосуватиметься другого роману «Кролик повернувся», мовна картина світу, якого варта детального аналізу.

#### **Література:**

1. Апдайк Дж. Кентавр. Ферма: Романи / Перекл. з англ. М. Габлевич; Передм. Т. Денисової; Іл. худ. Г. Палатнікова – К. : Дніпро, 1988. – 447 с.
2. Вежбицкая А. Семантические универсалии и описание языков / Пер. с англ. А. Д. Шмелева под ред. Т. В. Булыгиной. – М. : Языки русскокой культуры, 1999. – 780 с.
3. Гуїванюк Н. В. Слово. Речення. Текст: Вибр. праці. – Чернівці : Чернівецький національний університет, 2009. – 664 с.
4. Єсипенко Н. Г. Лексико-семантичні компоненти авторського стилю і мовна картина світу (на матеріалі англійської прози воєнної та мирної тематики): Дис. канд. філолог. наук. : 10.02.04. – Чернівці, 2007. – 314 с.
5. Корнилов О. А. Языковые картины мира как производные национальных менталитетов. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : ЧеРо, 2003. – 349 с.
6. Левицький В. В., Огуй О. Д., Кійко С. В., Кійко Ю. Є. Апроксимативні методи вивчення лексичного складу: Навчальний посібник. – Чернівці : Рута, 2000. – 136 с.
7. Селиванова О. О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія/ Селиванова О. О. – Полтава : Довкілля-К, 2006. – 716 с.
8. Updike John // *The Harper Single Volume: American Literature*. – Longman, 1999. – 3000 p.
9. Updike John. *The Rabbit Novels*. Vol. 1. – New York : Ballantine Books, 2003. – 362 p.

Чабаненко Т. С.,

Таврический национальный университет им. В. И. Вернадского, г. Симферополь

## РАЗНОВИДНОСТИ НЕПОЛНЫХ ПАРАДИГМ ЛИЧНЫХ ФОРМ РУССКОГО ГЛАГОЛА

*У статті на підставі даних академічних граматик і вишівських підручників систематизовані різновиди неповних парадигм особових форм дієслова. Проведений аналіз дозволяє говорити про те, що склад парадигми категорії особи коректується когнітивним досвідом і культурно-мовним смаком носіїв мови.*

**Ключові слова:** дієслово, повна парадигма, неповна парадигма, форма слова, категорія особи.

*В статье на основании данных академических грамматик и вузовских учебников систематизированы разновидности неполных парадигм личных форм глагола. Проведенный анализ позволяет говорить о том, что состав парадигмы категории лица корректируется когнитивным опытом и культурно-речевым вкусом носителей языка.*

**Ключевые слова:** глагол, полная парадигма, неполная парадигма, форма слова, категория лица.

*In the article on the basis of data from academic grammars and university textbooks varieties of the verb incomplete paradigms of the personal forms systematized. Conducted analysis permits us to tell that composition of the personal paradigms modified by cognitive experience and language taste of the informant.*

**Key words:** verb, complete paradigm, incomplete paradigm, word forms, category of person.

Разветвленную грамматическую структуру русского глагола рассматривают как одну из его характерных черт: «ни одна часть речи не имеет такого набора грамматических категорий, каким обладает глагол» [12, с. 6], ибо одно глагольное слово способно иметь около 400 словоформ. Однако часто не все формы присутствуют в парадигме или функционируют в речи. Иными словами, полной глагольной парадигме как совокупности всех форм противопоставляется неполная, или дефектная, «в составе которой отсутствует одна или несколько словоформ в силу невозможности или затрудненности их образования» [4, с. 368]. Как показывают наблюдения, одни глагольные формы реализуются регулярно, другие остаются не востребуемыми или отсутствуют. В первую очередь, это касается форм лица [13, с. 71].

Категория грамматического лица «выражает отношение, устанавливаемое в предикации между содержанием высказывания и участниками речевого акта» [6, с. 407]. Формы 1 лица указывают на отнесенность действия к говорящему, 2 лица – к собеседнику, 3 лица – к тому, кто не является ни говорящим, ни собеседником, а также к неодушевленному предмету. Система личных форм и способы выражения данной категории различаются в: 1) настоящем и будущем временах изъявительного наклонения; 2) прошедшем времени изъявительного наклонения и сослагательном наклонении; 3) повелительном наклонении. «Полный набор личных форм» [11, с. 191] имеют глаголы в настоящем и будущем времени. Большинство лингвистов считает, что эти формы «могут быть образованы от любого глагола» [8, с. 637]. Однако отдельные глаголы «в зависимости от лексического своего значения, употребляются только в форме 3-го лица единственного и множественного числа» [3, с. 468], «несколько глаголов (...) не употребляются в форме 1-го лица единственного числа» [3, с. 559]. Единое мнение о том, какие именно глаголы обладают дефектной личной парадигмой, отсутствует. Поэтому **цель** нашей работы – проанализировать взгляды ученых на состав и типы неполных личных парадигм настоящего-будущего времени. В ходе исследования привлекались академические грамматики русского языка, вузовские учебники, монографии.

Наши наблюдения свидетельствуют о том, что проблеме отсутствия или неупотребительности тех или иных личных форм уделяется внимание не во всех работах. Так, А. Н. Гвоздев в книге «Современный русский литературный язык» возникновения лакун этого типа не отмечает. Однако большинство исследователей выделяет хотя бы один тип дефектности личной парадигмы.

Чаще всего говорится о **неупотребительности форм 1 л. ед. ч.** В вузовских учебниках, как правило, приводится несколько наиболее распространенных глаголов, у которых в литературном языке формы 1 л. ед. ч. не встречаются. Например, Н. С. Валгина указывает, что «форма 1-го лица единственного числа настоящего и будущего простого некоторых глаголов не употребляется, например: *басить, убедить, победить* и др. (недостаточные глаголы)» [10]. Ф. К. Гужва определяет такие глаголы как недостаточные, или дефектные. Однако причины их появления называют редко.

Только А. Н. Тихонов рассматривает этот вопрос и утверждает, что неупотребительность 1 л. ед. ч. у глаголов типа *дерзить, бузить, лисить* и т. п. объясняется «омонимическим отталкиванием совпадающих форм разных глаголов» [11, с. 194]. Более подробно причины, по которым отдельные глаголы не функционируют в формах 1 л. ед. ч., раскрываются в академических грамматиках. Авторы «Грамматики русского языка» полагают, что такая дефектность парадигмы свойственна некоторым глаголам 2-й непродуктивной группы со стечением согласных в конце основы: *бдеть, галдеть, смердеть* и др. Вызвано это «как их лексическими значениями, так и затрудненностью чередования согласных» [3, с. 559].

В «Грамматике современного русского литературного языка» и «Русской грамматике» предлагается самая полная классификация глаголов, не употребляющихся в 1 л. ед. ч. К ним относят:

Некоторые глаголы II спряжения X класса, подтипов 1, 2 с основой на [т], [д], [с], [з], формы 1 л. ед. ч. которых должны оканчиваться на *чу, жу, шу, шу*: *галдеть, гвоздить, желтить, колесить, победить, убедить(ся), шелестеть* и др.

Некоторые словоформы, омонимически совпадающие со словоформами других глаголов: *бужу* от *бузить* (разг.) при употребительной форме *бужу* от *будить*; *держу* от *дерзить* при употребительной форме *держу* от

*держать*; *лажу* от *лазить* при употребительной форме *лажу* от *ладить*; *тужу* от *тузить* при употребительной форме *тужу* от *тужить* и др. Заметим, что эту подгруппу выделяет и А. Н. Тихонов.

Глаголы *затмить*, *стонать*.

Другой тип неполной личной парадигмы глагола – **неупотребительность 1 и 2 л. ед. и мн. ч.** Вопрос об этих формах рассматривается реже. Например, подобных сведений нет в учебниках Ф. К. Гужвы «Современный русский литературный язык», «Современный русский язык» под ред. Н. С. Валгиной. Нет и единого мнения о количестве таких глаголов. Например, в «Грамматике современного русского литературного языка» указан только один глагол – *болеть* ‘об ощущении боли’.

Но большинство лингвистов считает, что такая дефектность парадигмы свойственна целым группам глаголов с определенным лексическим значением. Как отмечает А. Н. Тихонов, эти глаголы «обозначают действия, субъектом которых не может быть лицо» [11, с. 194]. К их числу относятся и личные, и безличные глаголы. Однако чаще ученые выделяют несколько групп глаголов, не употребляющихся в 1 и 2 л. ед. и мн. ч. [1; 3; 8]. В «Грамматике русского языка» к ним относят:

– глаголы, обозначающие физические состояния органов или частей тела: *болеть*, *зудеть*, *ныть*;

– некоторые средне-возвратные глаголы: *доиться*, *зиздиться*, *крыться*;

– страдательные глаголы на **-ся**: *суп варится поваром*, *книги выдаются библиотекарем*;

– глаголы *побаливать*, *зиздиться*, *пыхать*, *зыбаться*, *быть* (формы настоящего времени этого глагола представлены «лишь двумя формами 3-го лица единственного и множественного числа – *есть* и *суть*» [3, с. 575]).

В «Русской грамматике» неполной парадигмой 1 и 2 л. ед. и мн. ч. характеризуются:

– глаголы, лексическое значение которых не совмещается с «представлением о 1 или 2 лице как о производителе действия» [8, с. 637]: *зеленеть*, *телиться*, *течь*;

– глаголы с постфиксом **-ся** в конструкциях пассива: *книга редактируется автором*, *дом строится рабочими*;

– глагол *болеть* (об ощущении боли), для которого употребление форм 1 и 2 л. ед. и мн. ч. «возможно только в ненормированной речи» [8, с. 637].

С этой классификацией почти полностью совпадает классификация А. В. Бондарко, который, кроме названных, включает в перечень неполных парадигм и группу безличных глаголов.

Третий тип неполной личной парадигмы – **неупотребительность форм 1 и 2 л. ед. ч.** – описан только в грамматиках. Это «Грамматика современного русского литературного языка» и «Русская грамматика». По мнению их авторов, дефектность форм 1 и 2 л. ед. ч. отмечается у глаголов, «лексические значения которых несовместимы с представлением о единичном деятеле: *толпиться*, *сползтись*, *сбежаться*, *разбежаться* (о многих), *скопиться*, *перепадать*, *перемерзнуть*, *набежать* (о многих), *попадать*, *померзнуть*» [8, с. 637]. Эти глаголы называют многосубъектными.

Выделенные в ходе исследования разновидности неполных личных парадигм представлены в *Таблице 1*.

Таблица 1  
Глаголы с неполной личной парадигмой

Источник	Глаголы, не употребляющиеся в 1 л. ед. ч.	Глаголы, не употребляющиеся в формах 1 и 2 л. ед. и мн. ч.	Глаголы, не употребляющиеся в 1 и 2 л. ед. ч.
Грамматика русского языка 1960 г.	– несколько глаголов 2-й непродуктивной группы подгруппы Б со стечением согласных в конце основы.	– глаголы, обозначающие физические состояния органов или частей тела; – некоторые средне-возвратные глаголы; – страдательные глаголы на <b>-ся</b> ; – отдельные глаголы: <i>побаливать</i> , <i>зиздиться</i> , <i>пыхать</i> , <i>зыбаться</i> , <i>быть</i> .	–
Грамматика современного русского литературного языка 1970 г.	– некоторые глаголы 2-го спряжения на <b>-ить</b> и <b>-еть</b> (тип X, подтип 1, 2; с основой на [т], [д], [с], [з]), формы 1 л. ед. ч. которых должны оканчиваться на <i>чу</i> , <i>жу</i> , <i>шу</i> , <i>шу</i> ; – словоформы, омонимически совпадающие со словоформами других глаголов; – отдельные глаголы: <i>затмить</i> , <i>стонать</i> .	– отдельные глаголы: <i>болеть</i> .	– глаголы, лексические значения которых несовместимы с представлением о единичном деятеле.
Русская грамматика 1980 г.	– некоторые глаголы II спряжения X класса, 1, 2 подтипов с основой на [т], [д], [с], [з]; – некоторые словоформы, омонимически совпадающие со словоформами других глаголов; – отдельные глаголы: <i>затмить</i> , <i>стонать</i>	– глаголы, лексическое значение которых не совмещается с представлением о 1 или 2 лице как о производителе действия; – глаголы с постфиксом <b>-ся</b> в конструкциях пассива; – отдельные глаголы: <i>болеть</i> (об ощущении боли).	– глаголы, лексические значения которых несовместимы с представлением о единичном деятеле.

Источник	Глаголы, не употребляющиеся в 1 л. ед. ч.	Глаголы, не употребляющиеся в формах 1 и 2 л. ед. и мн. ч.	Глаголы, не употребляющиеся в 1 и 2 л. ед. ч.
Бондарко А. В., Буланин Л. Л. Русский глагол 1967г.	–	– субъектом действия не может быть лицо; – безличные глаголы; – возвратные формы страдательного залога.	–
Гужва Ф. К. Современный русский литературный язык 1979г.	– отдельные глаголы: убедить, победить, бдеть, очутиться, чудить;	–	–
Тихонов А. Н., Шанский Н. М. Современный русский язык 1981 г.	– некоторые глаголы, формы 1 л. ед. ч. которых совпадают с омонимичными формами других глаголов.	– субъектом действия не может быть лицо.	–
Современный русский язык // под ред. Н. С. Валгиной 2002 г.	– отдельные глаголы: басить, убедить, победить и др.	–	–

Анализ *Таблицы 1* показал, что количество глаголов с неполной личной парадигмой определяется лингвистами по-разному. Не существует и единого мнения о том, какие именно личные формы могут отсутствовать. Почти во всех исследованных работах, кроме книги «Русский глагол», приведены примеры неупотребительности форм 1 л. ед. ч. Но причины этого факта раскрываются, как правило, только в академических грамматиках. Наиболее подробно данный тип дефектной парадигмы рассмотрен в «Грамматике современного русского литературного языка» и «Русской грамматике».

Случаи неупотребительности 1 и 2 л. ед. и мн. ч. фиксируются в 5 источниках. Большинство исследователей отмечает, что в формах 1 и 2 л. ед. и мн. ч. не функционируют глаголы, значение которых не совмещается с представлением о 1 или 2 лице как о производителе действия, а также глаголы страдательного залога на *-ся*.

Третий тип неполной личной парадигмы – неупотребительность 1 и 2 л. ед. ч. – изучается лишь в двух академических грамматиках. При этом краткое описание этого типа в «Грамматике современного русского литературного языка» почти полностью повторяется в «Русской грамматике».

В результате исследования мы пришли к следующим **выводам**. В академических грамматиках и вузовских учебниках типам неполных личных парадигм глагола не уделяется достаточного внимания. Чаще всего фиксируется неупотребительность 1 л. ед. ч., несколько реже – 1 и 2 л. ед. и мн. ч., а глаголы, которые не функционируют в формах 1 и 2 л. ед. ч., анализируются крайне редко. Наиболее полная характеристика глаголов с дефектной парадигмой категории лица представлена в «Русской грамматике».

На наш взгляд, можно выделить две основные причины, которые приводят к отсутствию тех или иных личных форм. Во-первых, в формах 1 л. ед. ч., как правило, не встречаются глаголы отдельных словоизменительных классов со стечением согласных в конце основы. Другими словами, неполнота парадигмы обуславливается самой системой языка. Во-вторых, на неупотребительность форм 1 и 2 л. ед. и мн. ч., а также 1 и 2 л. ед. ч. чаще всего влияет лексическое значение глагола. То есть в этом случае состав парадигмы корректируется опытом и «культурно-речевым вкусом» (В. Г. Костомаров) носителей языка.

Таким образом, дефектность парадигмы личных форм – результат сложного взаимодействия внешних и внутренних потенций развития языка: архаических «наслоений», законов грамматики, существующих литературных норм. Ученые справедливо отмечают, что именно в глаголе особенно ярко отражается «взаимодействие лексики и грамматики» [7, с. 4]. При этом, как мы полагаем, основная причина появления неполных личных парадигм – лексические особенности глагола. Грамматическая модель, как правило, допускает образование всех форм в парадигме. Однако некоторые из них вступают в противоречие с лексическим значением глагола, следовательно, становятся коммуникативно нецелесообразными и в речи не встречаются. Так лексическая система языка корректирует состав глагольной парадигмы. Поэтому необходимо больше внимания уделять особенностям функционирования глагольных форм в речи. Ибо появившаяся однажды в речи та или иная ненормированная форма может в будущем закрепиться в языке и заполнить одну из лакун в неполной парадигме.

#### Литература:

1. Бондарко А. В. Русский глагол / А. В. Бондарко, Л. Л. Буланин. – Л. : Просвещение, 1967. – 190 с.
2. Гвоздев А. Н. Современный русский литературный язык : в 2 ч. / А. Н. Гвоздев. – М. : Просвещение, 1973. – Ч. 1. Фонетика и морфология. – 1973. – 432 с.
3. Грамматика русского языка : в 2 т. / Ред. В. В. Виноградов, Е. С. Истрина, С. Г. Бархударов. – М. : Изд-во АН СССР, 1960. – Т. 1: Фонетика и морфология. – 1960. – 720 с.
4. Грамматика современного русского литературного языка. – М. : Наука, 1970. – 767 с.
5. Гужва Ф. К. Современный русский литературный язык : в 2 ч. / Ф. К. Гужва. – К. : Вища школа, 1979. – Ч. 2. Морфология. Синтаксис. Пунктуация. – 1979. – 280 с.

6. Исаченко А. В. Грамматический строй русского языка в сопоставлении с словацким. Морфология / Исаченко А. В. – Братислава : Издательство Словацкой Академии Наук, 1954. – Ч. 2. – 1960. – 579 с.
7. Лексико-семантические группы русских глаголов : Учеб. словарь-справочник / Под ред. Т. В. Матвеевой. – Свердловск : Изд-во Урал. ун-та, 1988. – 153 с.
8. Русская грамматика: в 2 т. / [редкол. : Н. Ю. Шведова и др.] – М. : Наука, 1980. – Т. 1. – 1980. – 783 с.
9. Семиколенова Е. И. Парадигма русского глагола в языке и ее реализация в речи / Е. И. Семиколенова // Культура народов Причерноморья. – 2002. – № 34. – С. 52-56.
10. Современный русский язык : Учебник [Электронный ресурс] / Под. ред. Н. С. Валгиной. – 6-е изд., перераб. и доп. – М. : Логос, 2002. – 528 с. – Режим доступа : <http://www.hi-edu.ru/e-books/xbook107/01/index.html>
11. Современный русский язык : В 3 ч. / Н. М. Шанский, А. Н. Тихонов. – М. : Просвещение, 1981. – Ч. 2. Словообразование. Морфология. – 1981. – 270 с.
12. Тихонов А. Н. Русский глагол : проблемы теории и лексикографирования / А. Н. Тихонов. – М. : Academia, 1998. – 280 с.
13. Чабаненко Т. С. Парадигма русского глагола : критерии выделения, объем, уровни описания / Т. С. Чабаненко // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации». – Т. 25 (64). – № 1. – Ч. 2. – С. 69-75.



**Чеберяк А. М.,**

*Рівненський державний гуманітарний університет, м. Рівне*

## **ОСОБЛИВОСТІ МОВЛЕННЄВОЇ АГРЕСІЇ В ІНСТИТУЦІОНАЛЬНОМУ ДИСКУРСІ (на матеріалі відкритого листа Ю. Тимошенка до В. Януковича «Лист диктатору»)**

*У статті розглядається поняття «мовленнєвої агресії», аналізуються засоби досягнення комунікативного дисбалансу як результату агресивної мовленнєвої поведінки.*

**Ключові слова:** мовленнєва агресія, конфліктогенна поведінка, комунікативний дисбаланс, стратегія дискредитації.

*В статье рассматривается понятие речевой агрессии, анализируются средства достижения коммуникативного дисбаланса как результата агрессивного речевого поведения.*

**Ключевые слова:** речевая агрессия, конфликтогенное поведение, коммуникативный дисбаланс, стратегия дискредитации.

*The article deals with the notion of speech aggression, the ways of achievement of communicative imbalance as a result of aggressive verbal behavior are analyzed.*

**Key words:** speech aggression, conflict behavior, communicative imbalance, discrediting strategy.

Перетворення мас-медіа на одну з ключових сфер сучасного вивчення мовленнєвого спілкування як у відношенні кількісних показників, так і в плані якісного впливу на мовні процеси, сприяло концентрації академічного інтересу на проблемах функціонування мови у сфері масової комунікації. Зокрема однією з актуальних проблем сучасних медіадосліджень є аналіз конфліктогенної природи текстів ЗМІ (О. Ю. Булигіна, Т. І. Стексова, Т. Г. Добросклонська, М. Р. Желтухіна, О. С. Іссерс, Н. І. Клушина та ін.). Базовою негативно зарядженою антиномією публіцистичного дискурсу є опозиція «свої/чужі», яка свідомо конструюється за ідеологічно заданими схемами і «вписується» у свідомість масового адресата. Завдяки їй формується аксіологічна модель суспільства, яка закріплює у масовій свідомості політичні, ідеологічні, моральні та інші універсальні та етноспецифічні цінності. Оцінність, персуазивність, імперативність – найважливіші інтенціональні категорії публіцистичного дискурсу, що визначають специфіку самого дискурсу, а також впливають на характер мовленнєвих жанрів, які функціонують у ньому.

Загальновідомо, що прагматика мовленнєвого жанру (а відповідно – його структура й семантика) обумовлені характером взаємостосунків учасників комунікації. Цей факт дозволяє ученим розподіляти мовленнєві жанри на умовній шкалі ефективності мовленнєвого спілкування за різноманітними комунікативними реєстрами: від унісону до дисонансу.

У сучасній мовній ситуації усе більшу увагу дослідників привертає зона переважання дисгармонії у спілкуванні. Крайньою формою прояву негативної ілюкції є ситуація мовленнєвого конфлікту, що базується на механізмах різноспрямованої інтеракції: кожен із комунікантів свідомо діє на шкоду протилежній стороні, експлікуючи свої дії відповідними вербальними засобами. За такого варіанту взаємодії відбувається однобічне або взаємне непідтвердження рольових очікувань, розходження партнерів у розумінні й оцінці ситуації та виникнення антипатії один до одного. Особливий інтерес у цьому ракурсі викликає дослідження конфліктної природи публічних діалогів високопоставлених осіб.

Як відомо, конфліктогенна поведінка найчастіше реалізується шляхом використання прийомів мовленнєвої агресії. З погляду комунікативної взаємодії, мовленнєва агресія – це установка адресанта на антидіалог. З психологічної точки зору метою агресивної мовленнєвої поведінки у міжособистісній комунікації є бажання образити, принизити мовленнєвого партнера.

Публічний діалог високопоставлених осіб є однією із форм інституціонального спілкування, тому межі передбаченої мовленнєвої поведінки тут значно жорсткіші, ніж у побутовій чи діловій міжособистісній комунікації, мовні та мовленнєві параметри визначаються характером дискурсу (відповідність літературній нормі, зрозумілість для масової аудиторії тощо). За таких умов комунікативний дисбаланс як результат агресивної мовленнєвої поведінки покликаний забезпечити можливість мовленнєвого впливу на масового адресата.

**Об'єктом** нашої уваги є мовленнєвий жанр «відкритий лист», який характеризується складним типом взаємостосунків: автор – формальний адресат – масова аудиторія. Універсальна опозиція «свій – чужий» впливає на розподіл почуттів та оцінок автора відкритого листа щодо позначеного адресата і розміщує їх на шкалі: «свій» – хороший, викликає позитивні почуття, що реалізуються у тексті як підтримка, схвалення, захоплення; «чужий» – поганий, провокує негативні почуття, що втілюються у критиці, недовірі, протесті, контраргументах. Це протиставлення конструює, з одного боку, толерантні, емпатичні тексти, а з іншого, – нетолерантні й агресивні. За допомогою регулярного негативного чи позитивного контексту формуються сприятливі умови для створення відповідного для маніпулювання аудиторією емоційного клімату, у свідомості масового читача вибудовується потрібне адресанту ставлення до фактів, подій, людей. Для реалізації негативних намірів агресивно налаштовані адресанти відкритих листів користуються стратегією дискредитації, сутність якої полягає у тому, щоб підірвати авторитет об'єкта, який дискредитується, принизити його, зганьбити, очорнити в очах аудиторії реципієнтів. Факт публікації відкритих листів у ЗМІ є свідченням того, що ця стратегія передбачає публічність мовних дій і розрахована насамперед на реакцію спостерігачів (читачів).

**Метою** даної розвідки є аналіз деструктивних комунікативних інтенцій та засобів реалізації мовленнєвої агресії на матеріалі відкритого листа Ю. Тимошенка до В. Януковича «Лист диктатору» від 26.12.2011 р., опубліко-

ваного на сайті інтернет-видання «Українська правда» [4]. У відкритому листі засоби дискредитації використовуються, з одного боку, з метою зіпсувати репутацію політичного опонента, чинного президента В. Януковича, а з іншого, застосування Ю. Тимошенко цієї стратегії призводить до створення бажаного іміджу борця проти несправедливості, некомпетентності, політичної заангажованості, лідера, характеристики якого є прямо протилежними до опису опонента.

Розпочинається звернення до президента у насмішуватому, підкреслено саркастичному ключі, що налаштовує читачів до відповідного сприймання інформації. Для підкреслення свого емоційного стану автор вдається до засобів графосемантики, зокрема використання емотикону після репліки «вірю», який фактично є сигналом до вичитування справжнього смислу висловлювання.

*Напередодні Нового року вирішила написати вам листа. Ні... Про себе і про судові процеси – я не буду, не хвилюйтеся. Я чула, як ви на своїй прес-конференції клялися, що ви тут ні при чому. Вірю :)... Мине ще трохи часу, і ви будете розповідати демократичному світу, що коли ви народилися, я вже в тюрмі сиділа.*

Саркастичне переосмислення, тобто неочікувана зміна смислу висловлення призводить до трансформації основної думки автора, демонструє справжній стан речей.

На думку Малькової [1, с. 105], досягнення комунікативного дисбалансу відбувається двома шляхами: по-перше, декларацією у мовленні комунікативної неспроможності мовленнєвого партнера шляхом прямої чи опосередкованої дискредитації його висловлювання; по-друге, демонстрацією непереконливості опонента завдяки порушенню діалогічних конвенцій. Як показав аналіз, потужним засобом створення комунікативного дисбалансу є експліцитна або імпліцитна вказівка на професійну некомпетентність мовленнєвого партнера на тлі прямої або опосередкованої презентації власної професійної компетентності.

*Я в нинішній ситуації здатна піднятися над подіями і говорити з державних позицій. Не у своїх особистих інтересах, і не в ваших. А в інтересах країни.*

*Тому я хочу дати вам кілька порад, які, я сподіваюся, дозволять уникнути фатальних помилок і дадуть можливість зберегти країну для майбутніх поколінь, а вам обличчя.*

В даному випадку у якості прийому, що актуалізує уявлення про професійну компетентність адресанта, використовується непряме, приховане протиставлення своїх професійних й моральних якостей, так званий оцінний контраст: висока оцінка власної позиції на тлі низької компетентності адресата. Реалізації прийому сприяє вживання лексеми *здатна* та парцельованих конструкцій, покликаних своєю експресією актуалізувати увагу читача.

Агресивна мовленнєва поведінка авторки відкритого листа у наступному фрагменті реалізується як пряме звинувачення адресата. Автор викриває свого політичного опонента, наводить низку фактів і аргументів, які виявляють його провину, некомпетентність, необізнаність.

*Ваш найглибший промах – згорання процесу об'єднання з Європою. Не парафували 19 грудня угоду, ви відкинули країну назад на десятки років. Праця тисяч розумних та порядних людей через вас полетіла на смітник. Подумайте бодай про свої інтереси, якщо вже не про інтереси держави.*

*Звинувачувальний тон передається словосполученнями *найглибший промах*, *відкинули країну назад на десятки років*, експресивною метафорою *праця тисяч людей полетіла на смітник*.*

Дієвим деструктивним ходом є насміхання, кепкування з професійних та інтелектуальних якостей адресата. Інвектогенний характер насмішки визначається змістом мовлення та екстралінгвістичними умовами комунікативного акту, що дає можливість оцінити насмішуватий тон тексту як неприпустимий, такий, що дискредитує честь, гідність і ділову репутацію опонента.

*По-друге, не знаю наскільки ви розбираєтесь в міжнародних та геополітичних питаннях, але у мене для вас погана новина: Євро-2012 – це не договір про євроінтеграцію, вас ввели в оману. Це – футбол.*

Враховуючи комунікативну дистанцію між даними опонентами, використання авторкою насмішки межує з образою. Піддаючи сумніву обізнаність президента у міжнародних та геополітичних питаннях, авторка наголошує на інтелектуальній та професійній неспроможності адресата. На мовленнєвому рівні нейтральні у стилістичному відношенні мовні засоби у даному контексті набувають експресивного значення.

Як агресивну мовленнєву дію, спрямовану на руйнування іміджу президента, трактуємо наступний прийом – нанизування імперативних конструкцій, звернених до адресата – який дозволяє авторці негативно оцінити поведінку, дії, слова свого політичного опонента, робить для читача очевидним те, ЩО об'єкт дискредитації зробив/ не зробив, захотів/ не захотів зробити.

*По-перше, не намагайтесь отримати повагу та любов народу насиллям і гвалтуванням. Примусового кохання не буває. Ви цю країну не в карти виграли, за вас проголосували люди, які сплутали вас з вашими біз-бордами. Сьогодні ви над цими людьми відверто знищуєтесь, і найстрашніше (для вас,) що люди це вже розуміють.*

*Затямте, що майбутнє України, безпека України, її інтереси, та і ваші теж, лежать в європейській площині. Та якщо хочете повернути собі бодай якість політичне обличчя, поверніть Україну до європейської стратегії розвитку.*

*По-третє, не додумайтесь віддати газотранспортну систему. (...) Ви віддали Севастополь за дешевий газ, і де він? Зараз хочете дати ГТС... А що наступного року здавати будете, Вікторе Федоровичу? – «Хонку» свою?*

*По-четверте, припиніть родинність і кумівство в політиці. Це погано закінчується. Запитайте про це хоча б у свого товариша – вашого попередника.*

*По-п'яте, не привласнюйте так брутально, нахабно і відкрито державне майно. ... Держава – це не ваша персональна комора.*

Негативно забарвлена лексика, провокаційні риторичні питання, що передають крайній вияв обурення, образливості натяки на минуле президента та на можливе майбутнє концентрують увагу аудиторії на деструктивній поведінці адресата листа.

Негативне ставлення до професійної компетентності адресата реалізується у наступному фрагменті шляхом іронічного повчання вищого за статусом співбесідника.

*Це вам тільки здається, що ви сильний та впливовий, а попереду безжмарне правління на довгі роки. Не довіряйте собі в цих прогнозах. Бо ще кілька фатальних помилок і вас покинуть усі. Включно з Чечетовим. І ніхто не прийде на допомогу. У вас вже була нагода переконатися, що за гроші можна збудувати хіба вертольотний майданчик, а не протидіяти Майдану.*

*Тому перша порада – розпочніть жити для людей. Я знаю, що вам це важко. Тож якщо не вийде, зробіть хоч вигляд, що люди все ж таки є в країні, де ви тимчасово працюєте президентом.*

*Словом, Вікторе Федоровичу, коли будете підіймати свій традиційний келих «Harrogate» під новорічною «йолкою», замисліться бодай на мить над суттю свого правління, подумайте про трагічні помилки. Про вже зроблені та про ті, які ще хочете зробити.*

Саркастичні шпильки, безапеляційні узагальнення, натяжки, прийоми контекстуальної антитези (президент – народ) з одного боку та ототожнення з ми-групою (Ю. Тимошенко – народ) з іншого, покликані зробити для аудиторії переконливим той факт, що адресат належить до категорії «чужих», «ворогів», його доля наперед визначена, у майбутньому його чекає жахлива поразка, «свої» ж отримають повну перемогу.

Крайньою формою реалізації мовленнєвої агресії, до якої вдається Ю. Тимошенко, є образа. Значення образливих висловлювань має оцінно-мотивувальний компонент, під яким розуміється відсутність чи недостатній прояв необхідних якостей особистості. Як зазначає дослідник [2, с. 262], оцінно-мотивувальний компонент може бути онтологічним і етичним. Онтологічна негативна характеристика містить демонстрацію інтелектуально-вольової неспроможності опонента.

*У вас ніколи не вийде грати на протиріччях між Європою та Росією, як ви сподівалися. Бо і там, і там вас добре знають і адекватно оцінюють. Не з вашими природними здібностями.*

*Зовсім не таємниця, що для декого слабкий та безпорадний президент України – кращий партнер. І поки-що, на жаль, ви цьому статусу відповідаєте бездоганно. (...)*

*Але не кажіть відвертої неправди. Всі ж сміються, коли ви запевняєте, що не впливаєте на роботу судів, міліції, прокуратури, що боретеся з корупцією, читаєте Чехова. Це настільки відверта неправда, що вона викликає зневагу. (...) Коли ви говорите про подібні речі, у тих, хто вас слухає це автоматично викликає нервовий сміх.*

Негативна оцінка висловлювань опонента спрямована на дискредитацію комунікативної компетенції адресата та змістове знецінення його висловлювань. Як слушно зауважив Г. Кусов, «під час образи комунікативний тиск на особистість відбувається через вплив на її ціннісну сферу, складовою якої є соціальний статус індивіда, виражений у лінгвокультурі як авторитет» [3, с. 7]. В даному контексті образа опосередкована позначенням емоційного стану автора листа, який ототожнює себе із читацькою аудиторією (*Всі ж сміються; викликає зневагу; викликає нервовий сміх*). У контексті відкритого листа така форма стає розширеним позначенням відправника повідомлення, за допомогою якого він об'єднує себе в адресантній функції з іншими особами, і, таким чином, створює ефект колективного адресанта повідомлення.

Етична негативна характеристика – це відсутність поваги з боку індивіда до інших людей, що виявляється як порушення юридичних, статусно-етикетних і власне моральних норм поведінки.

*То тільки в казках батько ділить майно між синами. Тому – хату, тому – корову, тому – коника-горбоконика. Але ви ж президент цілої держави, а не тазда.*

*Зрозуміло, що ви брали шлюб ще в радянські часи, коли в ЗАГСі висіло гасло «Міцна сім'я – міцна держава». Але ви надто буквально дотримуетесь цього принципу. І сім'я у вас уже настільки міцна, що від держави скоро нічого не залишиться.*

*Люди б ще зрозуміли, аби ви синові подарували найкращу у світі бормашину, відповідно до фаху. Але ж не Нацбанк з МВС та податковою.*

Викриття негативних сторін політичного противника, констатація фактів зловживання службовим положенням відбувається шляхом непрямого натяку, підсиленого іронічним порівнянням.

Таким чином в результаті дослідження ми дійшли висновку, що мовленнєва агресія публічних осіб носить більш стриманий, імпліцитний характер і реалізовується, насамперед, через контекст, коли нейтральні у стилістичному відношенні лексеми набувають негативного оцінного значення, а вмiла мовна гра дозволяє зберегти зовнішню відповідність інституціональному спілкуванню при деструктивному внутрішньому змісті.

#### Література:

1. Диагностика толерантности в средствах массовой информации / под. ред. В. К. Мальковой. – М. : ИЗА РАН, 2002. – 352 с.
2. Карасик В. И. Язык социального статуса / В. И. Карасик. – М. : Гнозис, 2002. – 333 с.
3. Кусов Г. В. Оскорбление как иллокутивный лингвокультурный концепт: Автореф. дис. ... канд. филол. наук: спец. 10.02.19 «Теория языка» / Г. В. Кусов. – Волгоград, 2004. – 27 с.
4. Лист диктатору [Електронний ресурс]. – Режим доступу: // [http://www.pravda.com.ua/columns/2011/12/26/6866980/]

Черненко Т. В.,

Буковинський державний фінансово-економічний університет, м. Чернівці

## ФУНКЦІОНАЛЬНА СЕМАНТИКА ДІЄСЛІВ-КОНВЕРСИВІВ У ТЕМАТИЧНО МАРКОВАНОМУ ХУДОЖНЬОМУ ДИСКУРСІ

*Робота спрямована на виокремлення функціональної семантики дієслів-конверсивів у тематично маркованому художньому дискурсі для виявлення особливостей їх функціонування у структурі дискурсу.*

**Ключові слова:** функціональна семантика, тематично маркований художній дискурс, дієслова-конверсиви, лексико-граматична сполучуваність, семантична сполучуваність.

*Робота направлена на изучение функциональной семантики глаголов-конверсивов в тематически маркированном художественном дискурсе для определения особенностей их функционирования в структуре дискурса.*

**Ключевые слова:** функциональная семантика, тематически маркированный художественный дискурс, глаголы-конверсивы, лексико-грамматическая сочетаемость, семантическая сочетаемость.

*Present paper aims at analyzing the functional semantics of the converse verbs in the marked literal discourse to define their functioning peculiarities.*

**Key words:** functional semantics, marked literal discourse, converse verbs, lexico-grammar compatibility, semantic compatibility.

Робота є результатом аналізу функціональної семантики дієслів-конверсивів у тематично маркованому художньому дискурсі (ТМХД), для виявлення особливостей функціонування дієслів-конверсивів у дискурсі.

**Актуальність дослідження** полягає розгляді функціональної семантики дієслів-конверсивів у структурі тематично маркованого художнього дискурсу, вивченні дискурсивної функції дієслів-конверсивів, шляхом формування дієслівно-конверсивних пар та їх функціонального навантаження у тематично маркованому художньому дискурсі. **Об'єктом дослідження** виступають взаємозалежні дієслова-конверсиви у структурі ТМХД англійської мови. Конверсиви, за висловлюванням Ю. Д. Апресяна, слугують для вираження відмітностей, які мають семантичну природу. Конверсиви – це пари слів з оберненими рольовими або актантними структурами, чиє семантичне завдання полягає у передачі різниці у логічному акценті [1, с. 258]. Конверсиви передають двобічні відношення в лексико-семантичній системі [4, с. 207]. **Предметом дослідження** є лінгвокогнітивні, лексико-семантичні та функціонально-семантичні відношення дієслів-конверсивів у структурі ТМХД. Головним завданням дієслів-конверсивів у дискурсі є трансакція інформації в результаті взаємодії мовця і реципієнта, завдяки чому дискурс представляється у вигляді «когерентно змістовної єдності».

В роботі звернено увагу на функціонування дієслів-конверсивів у структурі тематично маркованого художнього дискурсу. Для початку розглянемо, що розуміється під поняттям «художній дискурс». Ван Дейк визначав, що художній дискурс не особливо відрізняється від нехудожніх дискурсів і являє собою комунікативний акт між автором та читачем, спрямований на вплив автора на читача (його систему знань, вірувань тощо) [3, с. 151]. За визначенням О. В. Четверикової, художній дискурс являє собою соціальне явище, яке існує на межі дійсності та уявного [5, с. 161]. Н. Л. Галеєва відмічає, що текст, який містить параметр художності, призводить до утворення певного простору розуміння, де рефлексія фіксується у вигляді духовних сутностей [2, с. 8]. Таким чином, художній дискурс виражає фіктивну реальність, створену автором, в якій реалізуються авторський світогляд, знання та відношення до світу.

«Маркованість» дискурсу ван Дейк пропонує називати тематичним репертуаром окремого дискурсу, який може мати обмеження щодо культурних тем, соціальної ситуації, комунікативного акту [3, с. 53]. Тематична структура вказує, за словами науковця, які тематичні елементи є найбільш спільними, а які більш деталізованими [3, с. 250], що і створює базу для дослідження. Таким чином, особливість досліджуваного тематично маркованого художнього дискурсу ми вбачаємо у значному використанні авторами фахової термінології.

Для розгляду функціональної семантики дієслів-конверсивів у структурі дискурсу звернено увагу на лексико-граматичну та лексико-семантичну сполучуваність дієслів-конверсивів у структурі фінансового дискурсу. Аналіз лексико-граматичної сполучуваності фінансових дієслів-конверсивів у тематично маркованому художньому дискурсі виявив наступні морфолого-синтаксичні моделі: 1)  $N^1 + \text{VERB} + N^2$  (76,9%), 2)  $N^1 + \text{VERB}$  (9,1%), 3)  $N^1 + \text{VERB} + \text{Adv}$  (5,5%), 4)  $N^1 + \text{VERB} + \text{Pr}$  (5,3%), 5)  $N^1 + \text{VERB} + V_{\text{inf}}$  (3,2%), де  $N^1$  – іменник або займенник чи будь-яка група слів, яка може бути підметом,  $N^2$  – іменник або займенник у функції додатку, **VERB** – досліджуване дієслово-конверсив, **Pr** – прийменник, **Adv** – прислівник,  $V_{\text{inf}}$  – інфінітив.

Розглянемо приклади лексико-граматичної сполучуваності фінансових дієслів-конверсивів у тематично маркованому художньому дискурсі:

- 1) **1. 1. Personally I have borrowed considerable money from Mr. Stener at two per cent** [8, p. 292].
1. 2. **The owner charged from the front office and demanded an explanation** [7, p. 299].
- 2) **For any reliable information I receive, I will pay** [6, p. 680].
- 3) **The papers would be certain to get it quickly** [8, p. 643].
- 4) **You may give him up, mother. He'll not come here** [6, p. 638].
- 5) **A partially crippled waitress named Dot ambled by and demanded to know what they wanted** [9, p. 195].

За даними проведеного аналізу лексико-граматичної сполучуваності визначено, що:

– найчастіше дієслова-конверсиви у тематично маркованому художньому дискурсі сполучаються з іменниковими фразами, що складає 76,9% (zareєстровано 3 367 слововживань) від загальної кількості проаналізованих дієслів-конверсивів у тематично маркованому художньому дискурсі;

- 9,1% складає тип нульової сполучуваності (398 слововживань);
- сполучуваність дієслів-конверсивів із прислівниками у правосторонній позиції у тематично маркованому художньому дискурсі складає 5,5% (242 слововживання);
- дієслова-конверсиви у 5,3% (231 слововживання) сполучаються з прийменниками у правосторонній позиції;
- найменшу частоту вживання становить сполучуваність дієслів-конверсивів у тематично маркованому художньому дискурсі з інфінітивами у правосторонній позиції (3,2% – 139 слововживань).

Семантичну сполучуваність дієслів-конверсивів у структурі тематично маркованого художнього дискурсу можна відобразити наступними моделями: **ЛСП<sup>1</sup>+VERB**; **ЛСП<sup>1</sup>+VERB+ЛСП<sup>2</sup>** та **ЛСП<sup>1</sup>+VERB+ЛСП<sup>2</sup>+ЛСП<sup>3</sup>**. У лівосторонній позиції (**ЛСП<sup>1</sup>**) досліджувані конверсиви можуть сполучатись з ЛСП (agent) та ЛСП (corporation), рідко зустрічаються випадки де лівостороння позиція представлена ЛСП (artifact) або ЛСП (resources). У правосторонній позиції (**ЛСП<sup>2</sup>** або **ЛСП<sup>3</sup>**) сполучуваність конверсивів значно ширша у структурі дискурсу і може включати в себе ЛСП (agent), ЛСП (corporation), ЛСП (artifact), ЛСП (resources), ЛСП (time), ЛСП (behavior) та ЛСП (conflict).

Отже, лівосторонню наповнюваність дієслів-конверсивів у ТМХД (**ЛСП<sup>1</sup>**) складають іменники на позначення фізичних або юридичних осіб (наприклад, *banker, businessman, entrepreneur, company, bank*), які надають фінансову допомогу. Правостороння сполучуваність дієслів-конверсивів у ТМХД може складатись як з одного, так і з двох і більше елементів: **ЛСП<sup>2</sup>** представлене іменниками на позначення фізичних/юридичних осіб, або іменниками на позначення фінансових ресурсів (*money, credit, loan, financial support*), **ЛСП<sup>3</sup>** виражене іменниками на позначення фізичних / юридичних осіб, які потребують фінансової допомоги з боку **ЛСП<sup>1</sup>** або може бути представлене іменниками на позначення артефактів чи фінансових ресурсів.

Згідно з результатами аналізу семантичної сполучуваності, найуживанішим типом сполучуваності виявилася модель **ЛСП<sup>1</sup>+VERB+ЛСП<sup>2</sup>**, частота вживання якої у структурі тематично маркованого художнього дискурсу становить 62,4% (2 730 слововживань). Модель **ЛСП<sup>1</sup>+VERB+ЛСП<sup>2</sup>+ЛСП<sup>3</sup>** у фінансовому дискурсі становить частоту вживання у 28,5% (1 249 слововживань). Найменшу частотність вживання складає модель **ЛСП<sup>1</sup>+VERB** із частотою вживання у структурі ТМХД у 9,1% (398 слововживань). Лівостороння наповнюваність досліджуваних дієслів-конверсивів (**ЛСП<sup>1</sup>**) представлена: у 82,1% (3 595 слововживання) ЛСП (agent); у 14,9% (652 слововживання) ЛСП (artifact); у 2,4% (104 слововживання) ЛСП (corporation); у 0,6% (26 слововживань) ЛСП (resources).

Правостороння позиція досліджуваних дієслів-конверсивів (**ЛСП<sup>2</sup>**) у структурі тематично маркованого художнього дискурсу представлена: у більшості випадків ЛСП (artifact) (1 628 слововживань – 48,7%), у тому числі 1 слововживання (0,03%), де правостороння позиція виражена ЛСП (conflict) (*war*); у 851 слововживаннях (25,4%) правостороння позиція представлена ЛСП (agent); у 783 слововживаннях (23,4%) правостороння позиція виражена ЛСП (resources); у 84 слововживаннях (20,5%) у правосторонній позиції зареєстровані ЛСП (corporation).

У моделях сполучуваності **ЛСП<sup>1</sup>+VERB+ЛСП<sup>2</sup>+ЛСП<sup>3</sup>**, **ЛСП<sup>3</sup>** представлене: у 43,2% (540 слововживань) ЛСП (artifact); у 33% (412 слововживань) ЛСП (corporation); у 21,6% (269 слововживань) ЛСП (agent); найменшу частоту вживання становить сполучення з ЛСП (resources) (28 слововживань – 2,2%).

Отже, семантична сполучуваність складових конститuentів лексико-семантичних полів дієслів-конверсивів значно ширша у тематично маркованому художньому дискурсі, ніж у фінансовому дискурсі, де субституція елементів досить низька.

### Література:

1. Апресян Ю. Д. Избранные труды. Лексическая семантика (синонимические средства языка) / Ю. Д. Апресян. – Том I. 2-издание, исправленное и дополненное. – М. : Школа «Языки русской культуры», 1995. – 345 с.
2. Галеева Н. Д. Параметры художественного текста и перевод: Монография / Н. Д. Галеева. – Тверь : ТвГУ, 1999. – 155 с.
3. Дейк Т. А., ван. Язык. Познание. Коммуникация / Т. А. Дейк. – Б. : Типографкомплекс, 2000. – 308 с.
4. Кочерган М. П. Вступ до мовознавства: Підручник для студентів філологічних спеціальностей вищих навчальних закладів освіти / М. П. Кочерган. – К. : Академія, 2002. – 368 с.
5. Четверикова О. В. Эмоционально-смысловые доминанты в художественной речи Н. Гумилева и вербальные средства их манифестации / О. В. Четверикова // Слово и текст: психолингвистический подход: Сб. научных трудов / Гл. редактор А. А. Залевская. – Тверь: Изд-во ТвГУ, 2005. – Вып. 4. – С. 160-165 с.
6. Dickens C. *Dombey and Son* / C. Dickens. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до тексту : <http://www.franklang.ru>
7. Dijk T. A. van. *Text and Context. Explorations in the Semantics and Pragmatics of Discourse*. – New York : Longman, 1977. – 261 p.
8. Dreiser Th. *The Financier* / Th. Dreiser. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до тексту : <http://www.franklang.ru>
9. Grisham J. *The Firm* / J. Grisham [Електронний ресурс]. – Режим доступу до тексту : <http://www.franklang.ru>

Шевельова-Гаркуша Н.,  
Херсонський державний університет, м. Херсон

## ВЗАЄМОБУМОВЛЕНІСТЬ СПОСОБІВ РИТМІКО-СИНТАКСИЧНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА СЕМАНТИКИ ПОЕТИЧНИХ ТЕКСТІВ (на матеріалі сучасного американського віршованого мовлення)

У статті виявлено зв'язок ритміко-синтаксичної організації та семантичного плану віршованого мовлення; визначено здатність форми до іконічного відтворення семантики віршів, а також їх взаємообумовленість на матеріалі сучасної американської поезії; виокремлено способи організації поетичного мовлення та представлено умови їх виникнення.

**Ключові слова:** ламінарність, синкопічність, іконічність, анжамбеман.

В статье обнаружена связь ритмико-синтаксической организации и семантического плана стихотворного вещания; определено способность формы к иконическому воссозданию семантики стихотворений, а также их взаимобусловленность на материале современной американской поэзии; выделены способы организации поэтического вещания и представлены условия их возникновения.

**Ключевые слова:** ламинарность, синкопичность, иконичность, анжамбеман.

This article focuses on connection between rhythmic and syntactic organization as a form and semantics; it was determined the ability of the form to perform the role of the icon of verse semantics, their interdependence on the basis of modern American poetry; it was stated the ways of poetic organization and it was established the means of their occurrence.

**Key words:** laminarity, syncopation, iconicity, enjambement.

Форма та зміст будь-якого поетичного тексту нерозривно пов'язані між собою, утворюючи діалектичну єдність. Так, віршоване мовлення як поєднання форми та змісту утворює ритміко-синтаксичну та семантичну єдність [1, с. 184]. Оскільки форма є змістовною, а зміст – формальним, то ритміко-синтаксична організація поетичного мовлення як форма здатна відтворювати семантику віршів. Віршоване мовлення є не просто ритмізованою системою, а системою, значення та форми якої дають його смисл. Питанням взаємозв'язку форми та змісту опікувалися представники формальної школи (Б. М. Ейхенбаум, В. М. Жирмунський, Ю. М. Тинянов, Б. Шкловський), представники семіотичного (Ю. М. Лотман, Р. Й. Якобсон) та когнітивного напрямів (М. Фрімен, Л. І. Белехова). Поняття форми, яке було у центрі уваги дослідників, отримало нове значення – не як оболонки, а як повноти, як дещо динамічне та змістовне. Вони розуміли поетичний текст як форму мовлення, яка має свої мовні (синтаксичні, лексичні та семантичні) та ритмічні властивості [2, с. 407-408]. Ця теза реалізується у поетичній іконічності. **Іконічність** – це властивість мовного знаку, яка проявляється в наявності між її двома сторонами, означувальним та означуваним, певної структурної подібності [3, с. 425]. Уперше термін ікона (*icon*) був запропонований та розроблений американським філософом та логіком Ч. Пірсом. На думку американського вченого, іконічний знак – це знак, який охоплює низку властивостей, притаманних об'єкту, який він визначає в незалежності від того, існує цей об'єкт у дійсності чи ні. Так, відношення між знаком та об'єктом є відношенням подібності [3, с. 306].

Термін іконічності у нашій роботі пов'язаний зі 1) **смысловірною функцією** ритміко-синтаксичної організації поетичних рядків, яка полягає у відтворенні семантичного пласту віршів, та 2) **образотворчою функцією**, яка утворюється завдяки тому, що ритм підсилює сприйняття образу, оскільки синтаксичний ритм підпорядкований образу та виступає засобом його творення [1, с. 185]. Отже, смысловірна та образотворча функції ритміко-синтаксичної організації відображаються у розкритті смислового значення ритмічних послідовностей, створюючи образність, тобто художнє значення, та відтворюючи ідею твору, його загальну евокативність.

У річичі нашого дослідження ми виділяємо два способи ритміко-синтаксичної організації поетичного мовлення: ламінарний та синкопічний.

**Ламінарний спосіб організації** (лат. *laminae* – смужка, пласт) – спосіб композиційної побудови рядків, який характеризується рівномірністю, поступовістю та стійкістю у розгортанні ритмічного руху у результаті чергування ритміко-синтаксичних конструкцій та сприяє упорядкованості одиниць поетичного мовлення.

Виділяємо дві умови виникнення ламінарної організації рядків у результаті дотримання норм їх побудови за критеріями ритміко-синтаксичної цілісності та кількісного співвіднесення рядків і конструкцій: 1) **збігання ритмічного та синтаксичного членування**; 2) **наявність однієї конструкції у рядку**. Відповідно до першого критерію, синтаксичне членування речення збігається з рядковим, напр.: «*The Poet came to a stream. / Purple and blue flags waded in the water; / The wind slid through them, rustling*». Згідно з другим критерієм, число конструкцій при ламінарній організації дорівнює кількості рядків, при цьому кожен рядок співвідноситься з однією цілою конструкцією. Така організація рядків характеризується плавністю та має розмірність, що дорівнює одиниці. Це уможливило введення формули:  $N_k = N_p$ , відповідно до якої конструкція займає цілу кількість рядків. У результаті графічного зображення ламінарної ритміко-синтаксичної організації рядків на малюнку утворюється **горизонтальна пряма**.

Протилежним ламінарній ритміко-синтаксичній організації виділяємо синкопічний спосіб побудови. **Синкопічна ритміко-синтаксична організація** (дв-грец. – *обрубвання, усічення*) являє собою уникнення очікуваних акцентів та зсув синтаксичної паузи з кінця одного рядка на початок або кінець наступного рядка у результаті її незбігання з ритмічною паузою. Синкопічна організація відбувається унаслідок принципу дробленої розмірності. На відміну від ламінарного способу побудови розмірність синкопічного способу організації рядків не може дорівнювати одиниці ( $N_k \neq N_p$ ), тобто кількість конструкцій у рядку сягає меншої ( $N_k < N_p$ ) або більшої ( $N_k > N_p$ )

кількості, у результаті чого конструкція займає дробну кількість рядків. Виділяємо дві умови виникнення синкопічної організації рядків унаслідок порушення норми їх побудови за критеріями ритміко-синтаксичної цілісності та кількісного співвіднесення рядків та конструкцій: 1) незбігання ритмічного та синтаксичного членування; 2) наявність більше однієї конструкції у рядку.

Конструкція, елементи якої є розірваними, характеризується ритмічною деформованістю та смисловою незавершеністю. Деформованість ритмічного руху досягається у результаті використання прийому анжамбеман (*enjambement, run-on line*), який спричиняє розрив щільних зв'язків між елементами синтаксичної одиниці (фрази, словосполучення, речення). Прикладом незбігання двох систем членування поетичного мовлення є фрагмент вірша Емі Лоуел «Дама»: «*And the perfume of your soul /// Is vague and suffusing*». Відтворюючи синкопічний спосіб організації вірша на графічному малюнку, ми отримуємо різні криві лінії. Так, у першому випадку ( $N_k < N_p$ ) похила лінія прямує униз ( $\setminus$ ), від позначки 0.5 до позначки -0.5, у другому випадку ( $N_k > N_p$ ) утворюється вертикальна лінія, яка прямує догори ( $/$ ). Так, аналізуючи отримані графічні малюнки віршованого мовлення ми визначаємо, наскільки той чи інший ритмічний рух є іконічним відтворенням об'єкта, предмета або явища, який автор описує у вірші. Так, іконічне відтворення змісту на малюнку здатне передавати властивості предмета чи об'єкта. Здатність форми та змісту до взаємодії доводить той факт, що не тільки ритміко-синтаксична організація вірша як форма (ікона) впливає на зміст, але й зміст тексту вимагає відповідної побудови віршованих рядків задля отримання необхідного іконічного відтворення на малюнку [4, с. 424].

Поетична іконічність форми та змісту у сучасних поетичних текстах досягається на ритміко-синтаксичному рівні дотриманням або порушенням основних норм організації рядків – збіганням або незбіганням ритмічного та синтаксичного членування. У результаті цього описаний предмет, об'єкт чи явище може бути представлений на графічному малюнку рівною горизонтальною лінією, рваною лінією з численими зростаннями та спаданнями або їх переплетінням.

Отже, у результаті проведеного нами дослідження, ми дійшли висновку, що іконічність форми на малюнку обумовлена змістом тексту та описує властивості предмета або явища. Іконічність, відтворена на графічних малюнках сучасних віршів, найбільш повно представлена на матеріалі *оповідальної лірики*, метою якої є дати коротку розповідь про ті чи інші події у житті людей, істот чи предметів. Так, для прикладу візьмемо вірш У. К. Вільяма «Поєма»:

*As the cat ///  
climbed over ///  
the top of ///*

*the jamcloset  
first the right ///  
forefoot ///*

*carefully  
then the hind ///  
stepped down  
into the pit of ///  
the empty ///  
flowerpot*

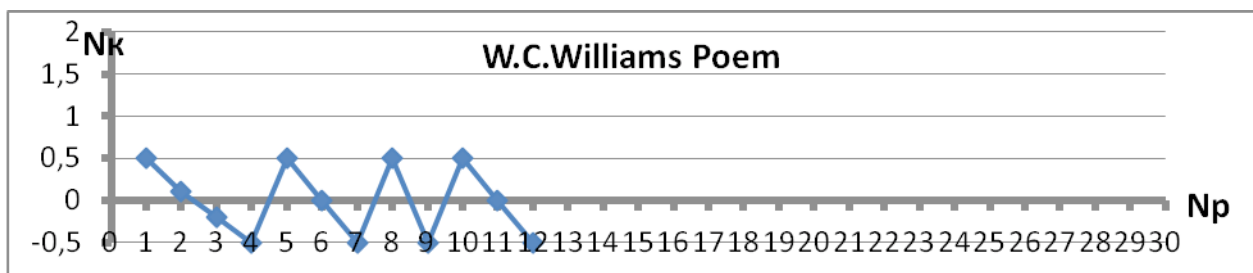


Рис. 1

Ритміко-синтаксична організація віршу характеризується синкопічним ритмом у результаті частого вживання прийому анжамбеман, який позначений нами трьома косими лініями (///). Так, унаслідок чергування коротких рядків, які характеризуються здебільшого розривом щільних предикативних та атрибутивних зв'язків, утворюють рвані віршові конструкції, які на графічному малюнку (рис. 1) іконічно відтворюють рух kota, що, спускаючись з верхівки буфету вниз, поперемінно опускає свої лапи.

Проте, іконічність може бути виявлена також у деяких віршах інших жанрів, наприклад, у пейзажній ліриці. Проаналізуємо вірш Дж. Тумера «Квітка бавовни у листопаді»:

*Boll-weevil's coming, and the winter's cold, ///  
Made cotton-stalks look rusty, seasons old,  
And cotton, scarce as any southern snow, ///  
Was vanishing: | the branch, so pinched and slow, ///*

*Failed in its function as the autumn rake;  
 Drouth fighting soil had caused the soil to take ///  
 All water from the streams; dead birds were found ///  
 In wells a hundred feet below the ground –  
 Such was the season when the flower bloomed.*

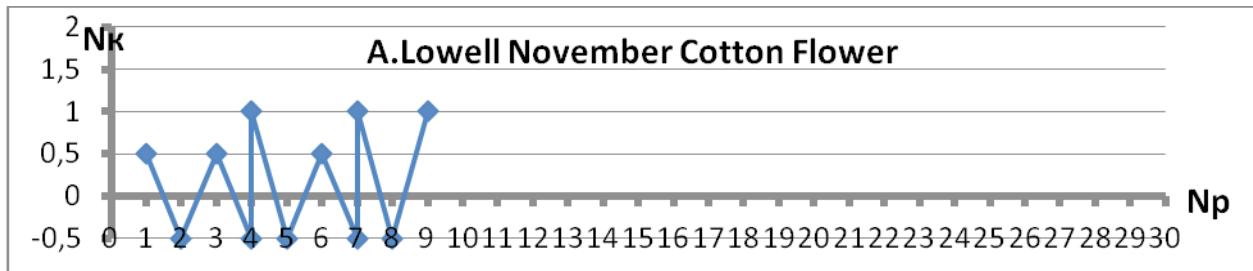


Рис. 2

У наведеному фрагменті описується початок осінніх холодів, засуха, від якої загинули деякі птахи, що на ритміко-синтаксичному рівні супроводжується численими перенесеннями у результаті прийому анжамбеман, який позначається трьома косими лініями. Синкопічна ритміко-синтаксична організація вірша, представлена на малюнку рваною лінією (рис. 2), іконічно відтворює в'янення пожовклих рослин та їх стебла, опущення гілок дерев, що виглядають наче граблі та посушливі потріскані ґрунти, що вмокнули усі води струмків. Таким чином, ритміка синтаксична організація як форма вірша може мати два способи вираження – ламінарний та синкопічний. Ламінарний спосіб характеризується рівністю та плавністю розгортання ритмічного руху та передбачає дотримання норм організації поетичного мовлення, у той час як синкопічний спосіб організації являє собою порушення норм синтаксичної сегментації, через що ритмічний рух описується як рваний та ламаний. Іконічність, як властивість форми відображати зміст вірша, виявляється і у сучасному американському поетичному мовленні. Так, форма вірша здатна відтворити образи, характеристики предметів та явищ, представлені на графічному малюнку.

#### Література:

1. Лотман М. Ю. Структура художественного текста // Лотман Ю. М. об искусстве. – Спб. : «Искусство-СПБ», 1998. – С. 14-285.
2. Эйхенбаум Б. М. Теория «Формального метода». // О литературе. – М. : Сов. Писатель, 1987. – С. 375-408.
3. Якобсон Р. Работы по поэтике: Переводы / Сост. и обобщ. ред. М. Л. Гаспарова. – М. : Прогресс, 1987. – 464 с.
4. Freeman M. H. Poetic iconicity / M. H. Freeman // Marifield Institute for Cognition and the Arts Health, MA, USA. – 423-452 p.



Ярема О. Б.,

Волинський національний університет імені Лесі Українки, м. Луцьк

## ЛІТЕРАТУРОЗНАВЧА ПАРАДИГМА ДОСЛІДЖЕННЯ АЛЮЗІЇ

*У статті аналізується явище алюзії у літературознавчому аспекті та розглянуто основні типи літературної алюзії. Дослідження алюзії пов'язане з поняттями інтертекстуальності, «вертикального контексту», фонових знань.*

**Ключові слова:** алюзія, алюзивний процес, вертикальний контекст, інтертекстуальність.

*В статті аналізується явлення аллюзии в літературознавчому аспекті та розглянуто основні типи літературної аллюзии. Исследование аллюзии связано с понятиями интертекстуальности, «вертикального контекста», фоновых знаний.*

**Ключевые слова:** аллюзия, аллюзивный процесс, вертикальный контекст, интертекстуальность.

*The article deals with the phenomenon and the main types of literary allusions. The research of allusion is associated with such notions as intertextuality, «vertical context», background knowledge.*

**Keywords:** allusion, allusive process, vertical context, intertextuality.

Дослідження алюзії може мати літературознавчий чи лінгвістичний напрямок, проводиться у сфері когнітивної лінгвістики, вивчення міжкультурних зв'язків або проблеми інтертекстуальності. Коло запитань, яких може торкатися проблема алюзії є досить широким, а тому виділення конкретної суміжної області дослідження чи проблеми прямо залежить від поставлених завдань.

Походження терміну *алюзія* від латинського «*alludere*» *сміятися, натякати* («*ludere*» – грати) датується серединою XVI століття [21, с. 56]. Розглядаючи історичний розвиток цього поняття, Гарольд Блум [16, с. 126] виділяє слово «*ілюзія*» (*illusion*) як синонім алюзії. В період раннього Ренесансу алюзія ототожнювалась з каламбуром, грою слів, унаслідок чого вона вживалась у творах сатиричного характеру. В часи Ф. Бекона (1561-1626) під алюзією розуміли будь-яку символічну схожість в алегорії, параболі чи метафорі, в результаті чого критики виділяли разом з «описовою», «репрезентативною» й «алюзивну» поезію. І лише з початку XVII століття, на думку Г. Блума, розвивається єдине правильне значення алюзії як непрямого, скритого посилання, яке містить натяк.

Саме явище алюзії почало активно вивчатися лише у XX столітті, коли його ототожнювали з будь-яким явним, прямим посиланням і воно викликало різні судження і найбільші суперечки великої кількості дослідників.

Проблемам вивчення алюзії присвячено праці О. Ю. Абрамової, О. С. Ахманової, І. В. Гюббенет, О. М. Дронової, А. С. Євсєєва, М. І. Кюсе, А. Г. Мамаєвої, Л. А. Машкової, І. Г. Потилициної, Є. В. Розен, І. Н. Софронової, З. Порат та інших лінгвістів.

До прикладу, О. М. Наумова звертає увагу передусім на когнітивний, прагматичний, лінгвокультурологічний аспекти прецедентних текстів [9]. За твердженнями О. М. Дронової та А. А. Тютенка, дослідження алюзії може проводитися у межах вивчення міжкультурних зв'язків, проблем інтертекстуальності, стосуватися сфер стилістики, фразеології, перекладознавства, а також мати інші орієнтири [4, с. 83; 12, с. 3]. О. С. Євсєєв відводить проблематику, пов'язану із розробкою цього питання, одне з центральних місць у таких лінгвістичних дисциплінах, як теорія референції, теорія власного імені, стилістика, поетика, риторика, лінгвокраїнознавство, літературознавство [5, с. 3].

У нашому дослідженні ми розглянемо функціонування алюзії в літературознавчому аспекті.

Проблема літературної традиції і впливу на творчість письменників їх літературних попередників давно хвилює філологів. Критиків завжди цікавила залежність творчості одного письменника від історичних подій або від творів іншого письменника. Оскільки будь-який твір створюється в світлі культури, в якій народився і виріс автор, він є віддзеркаленням цієї культури, а сам автор свідомо чи несвідомо користується її досягненнями у своїй творчості. Культурний досвід закарбовується у різноманітних формах, найбільше у формі текстів. За твердженням французького філософа і теоретика літератури Ж. Дерріда, «... світ є текст» [3, с. 128]. Але це не просто конгломерат ніяк не пов'язаних між собою елементів. І. І. Ільїн зазначає, що будь-який текст є реакцією на попередні тексти [6, с. 206]. Саме однією із таких реакцій на попередні тексти є алюзія, яку розглядають у світлі теорії інтертекстуальності.

Вивчення алюзії дає багатий і цінний матеріал для дослідження і співставлення тих чи інших подій і явищ і їх відображення у мові та культурі нації. Алюзія служить певним «містком», який з'єднує попереднє з наступним, являє собою певний спосіб звернення думки до минулого і сприяє осмисленню і категоризації знань про світ.

Вживання різного роду посилань на літературні, біблійні, міфологічні факти в англійській літературі має давню традицію. Основоположник англійської літератури Джефрі Чосер вільно використовував алюзії у своїй творчості. Витончена техніка вкраплення алюзій в контекст художнього цілого характеризує творчість Дж. Мільтона та А. Попа (індивідуальний стиль останнього нерідко називають «алюзивним») [17].

Справжнього розквіту мистецтво алюзії досягає в період епохи класицизму, для літератури якої властиво наслідування творів античності. Небайдужою до вживання алюзій виявилась й естетика романтизму. Символи, алегорії, гротески, які так часто трапляються у творах романтизму, нерідко включають у себе алюзію в якості основи для створення образу. Характерним є вживання алюзій і для англійського критичного реалізму XIX століття, хоча для творів цієї літературної течії прийом алюзії є менш поширеним.

У творчості письменників XX століття алюзія як елемент образних засобів найбільш інтенсивно використовується в літературному напрямку. Обігруючи паралелі між сучасністю та античністю, письменники цієї школи використовують алюзії на міфологічні теми виключно для висвітлення основних мотивів поведінки людини. На основі цього методу створені такі твори, як «Уліс» Дж. Джойса, «Кентавр» Дж. Апдайка, багато робіт власне Т. С. Еліота. Навіть поверхневий екскурс в історію вживання алюзії свідчить про її широке застосування в англійській літературі.

Алюзія, внаслідок експресивності і частоти використання, її властивостей особливим чином передавати додаткову інформацію, заслуговувала детальної уваги дослідників.

Межі тематичної атрибуції алюзивного факту можуть варіюватися від можливості залучення в якості алюзій посилань на історичні події до використання натяків на епізоди та персонажі літературних творів, біблійні мотиви і міфологічні сюжети. У вивченні алюзії лінгвісти тяжіють переважно до літературознавчого, лінгвостилістичного та семіотичного підходів [7; 10].

Перед тим як запропонувати наше тлумачення алюзії, спочатку визначимо, що не є алюзією насправді. Алюзія відрізняється від інтертекстуальності, тому що вона є цілеспрямована; від плагіаризму, тому що поет не подає посилання як на своє власне; від цитації, тому що це – не цитата, яка береться в лапки; і від кліше, тому що у неї є єдине джерело [18, с. 42].

За І. Р. Гальперінін, алюзія – літературний акт посилання на будь-який попередній текстуальний референт, який передбачає наявність *фонових знань* (сукупність свідчень культурно– матеріально-історичного, географічного і прагмалінгвістичного характеру, які наявні у носія певної мови [1, с. 19]) у читача про цей факт і викликає у нього відповідні асоціації [19, с. 187].

Попередній текстуальний референт іменують *прецедентним текстом*, який є завершеним і самодостатнім продуктом мовленнєво-мисленнєвої діяльності, або складним знаком, сума значень компонентів якого не дорівнює його смислу. Прецедентний текст добре знайомий будь-якому пересічному читачеві національно-лінгвокультурної спільноти [1, с. 51].

За визначенням української енциклопедії, алюзія (лат. *allusion* – натяк, дотеп) – стилістична фігура, яка використовується в художній, ораторській, науковій та буденній мові для рельєфнішого, об'ємнішого окреслення певної реальності через співвіднесення її з аналогом, що добре відомий з перебігу історичних подій, життя видатних людей, фольклору, літературних творів тощо. Алюзія особливо утверджується в художньому мисленні ХХ ст., зокрема в європейському неоромантизмі, модернізмі, латиноамериканському романі, у романах-утопіях, коли алюзивні міфологеми, філософеми та ідеологеми, як правило, структурують увесь твір. Найвищого піку алюзійне зображення сягнуло в постмодернізмі, здобувши незаперечне право на понятійну автономію [13].

Сучасні зарубіжні лінгвісти у дослідженні алюзії віддають перевагу саме літературознавчому підходу. На думку ізраїльської дослідниці-літературознавця З. Бен-Порату, літературна алюзія містить вбудований спрямований сигнал або маркер, який можна ідентифікувати як елемент, що належить до іншого незалежного тексту [15, с. 108].

За визначенням К. Перрі, літературна алюзія є явним чи неявним посиланням на інший літературний текст, який легко розпізнати і зрозуміти компетентним читачам [20, с. 290].

Услід за М. І. Кюсе ми розуміємо алюзію як одночасно стилістичний прийом і його результат. Стилістичний прийом алюзії (натяк, непряма вказівка) широко розповсюджений і відіграє велику роль у створенні збагачених образами текстів різних жанрів, сприяючи підвищенню їх емоційно-оціночного змісту [7, с. 19].

Мета вживання алюзії зводиться до збагачення простого висловлювання і всього твору фоновими знаннями і досвідом [18, с. 42-43]. Алюзія при цьому виступає як економічний засіб актуалізації історії, літературної традиції [14, с. 9].

Тому алюзія, яку використовують автори, може бути як загальновідомим фактом і відповідати фоновим знанням пересічного читача, так і може бути вузькоспеціалізована, значення якої можуть зрозуміти читачі певного кола.

Визначення алюзії наводиться у різних словниках та енциклопедіях, у яких або дається тлумачення ускладнених алюзій у тексті, або представлена енциклопедична інформація про події та особи, чий імена використовуються алюзивно [7, с. 23].

Згідно англійських словників літературних термінів, найбільш повна класифікація видів алюзії включає: а) *алюзію* – посилання на *недавні події* (*topical allusion*); б) *особистісну алюзію* – посилання на факти біографії письменника (*personal allusion*); в) *метафоричну алюзію*, метою якої є передача додаткової інформації; г) *імпліцитну алюзію*, яка імітує стиль інших письменників (*imitative allusion*) і д) *структурну алюзію*, яка відображає структуру іншого твору (*structural allusion*) [14, с. 9; 18, с. 42-43].

Російський дослідник М. Д. Тухарелі виділяє три різновиди алюзії: а) антропоніми – імена власні, зооніми – імена тварин, птахів, топоніми – географічні назви, космоніми – назви планет, зірок, ктематоніми – назви історичних подій, свят і т. д., і, на кінець, теоніми – назви богів, демонів, міфологічних персонажів і т. п.; б) біблійні, міфологічні, літературні, історичні та інші реальності; в) алюзія може локалізуватись у відгомонах цитат, контамінаціях, ремінісценціях та інших алюзивних цитатах [11].

До прикладу, «*Dear me! I'm not Hetty if I do look green. I'm just a poor little working girl*» (О'Henry), О. Герні наводить алюзію на Хетті Гарт, найбагатшу жінку Америки того часу. Зміст алюзії – матеріальне становище героїні – підкреслюється наступним реченням, яке повторяє суть алюзивної інформації [4, с. 85].

С. С. Алешко-Ожевська наводить приклади біблійної алюзії *old wives' fables* (бабусині казки/байки зі значенням *вимисел, неблиця*). Для порівняння в Біблії: «*But refuse profane and old wives' fables, and exercise thyself rather unto godliness (I Timothy IV,7)*» і в художньому тексті: «*Another of old wives' tales, Matteo! Nature intended you for a beginning friar*». – «*I have often thought I have missed my vocation. With my brilliant gift for telling lies in a truthful manner, I should have my way in the Church to the highest dignities*». (W. S. Maugham «*The Making of the Saint*»). У цьому випадку значення біблеїзму додатково тлумачиться автором у наступному реченні: *brilliant gift for telling lies in a truthful manner* [1, с. 40].

Часто зустрічаються і приклади алюзій на загальновідомі факти: «*The town itself was to the left, a straggling huddle of red roofs and white walls in the centre of which, raising a golden dome proudly skywards, stood the building which had made the place the popular resort it was – the Casino Municipal. For St. Rocque, once a tiny fishing village, has become in recent years a Mecca for those who enjoy watching their money gathered in with rakes by sad-eyed croupiers*» (J. Woodhouse «*Hot Water*»). Автор використав назву широковідомого містечка Мекка, місця палом-

ництва мусульман. У цьому речення алюзія виконує одразу дві функції: 1) уподібнення, щоб читач мав змогу краще уявити місце дії, 2) має комічний ефект, оскільки Мекка – святе місце релігійного поклоніння, а у нашому прикладі зустрічаємо поклоніння грошам і азартним іграм [1, с. 59].

Використання алюзій, надає творам цілісності та закінченості, тобто має відношення до естетичної сторони твору. Алюзивне слово виступає як знак ситуаційної моделі, з якої за допомогою асоціацій співвідноситься текст, що містить алюзію. Таким чином відбувається взаємодія між літературно-художніми творами, яку називають *алюзивним процесом* [2].

Простір тексту, який відчуває на собі семантичний і стилістичний вплив алюзії, робить її важливим смисловим і структурним елементом художнього цілого. Спостереження за функціонуванням алюзії допомагають виявити характер і силу впливу стилістично маркованих елементів висловлювання на нейтральні частини тексту і в кінцевому результаті, висвітлюють формальні і семантичні зв'язки між окремими частками цілого твору.

Згідно В. П. Гайдар, основними стилістичними функціями алюзії є вивчення часу, характеристика персонажів, створення місцевого колориту, вивчення умов дії та інше. Механізм створення й функціонування алюзій обґрунтовується певними законами й нагадує механізм перетворення даних, що зберігаються в пам'яті людини [2].

Окрім того, алюзії виступають основними засобами реалізації соціально-історичного вертикального контексту. На думку Л. А. Машкової *вертикальний контекст* художнього твору є складною інформаційною категорією, яка у своїй структурі об'єднує дві контекстуальні площини або два види контексту: соціально-історичний і філологічний [8, с. 25]. Перший контекст інформує читача про форму і засоби, які автор використав для відображення певних фрагментів реальної чи уявної дійсності. Другий надає власне філологічну інформацію, тобто аналіз способів використання авторами змісту й форм творів попередників [8, с. 25].

Аналіз поглядів та тверджень дослідників у сфері літературної алюзії показав, що досліджуване явище є складним і багатоплановим. Залишається багато суперечливих моментів щодо визначення самої сутності алюзії та її основних характеристик. Підлягають уточненню і принципи класифікації та основні функціональні характеристики поняття. До того ж, в останні роки зріс інтерес до розгляду алюзії з позицій когнітивістики та лінгвокультурології, що залишає простір для подальших досліджень.

#### Література:

1. Алешко-Ожевская С. С. Фразеологический состав английского языка и проблемы аллюзивности художественного текста: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / С. С. Алешко-Ожевская. – М., 2006. – 142 с.
2. Гайдар В. П. Роль алюзії у створенні художності літературних творів / В. П. Гайдар // Наука в інформаційному просторі: матеріали VII Міжнар. наук.-практ. конф. (29-30 верес. 2011 р.): у 7 т. – Д., 2011. – Т. 4: Іноземні мови та регіоназнавство. Культурологія. Філологія. – С. 36-39.
3. Деррида Ж. «Голос и феномен» и другие работы по теории знака Гуссерля: Пер. с англ. / Ж. Деррида. – СПб.: Алетейя, 1999. – 208 с.
4. Дронова Е. М. Проблемы перевода стилистического приема аллюзии в англо-ирландской литературе первой половины XX века / Е. М. Дронова // Вестник ВГУ. – 2004. – № 1. – С. 83-86.
5. Евсеев А. С. Основы теории аллюзии (на материале русского языка): автореф. дис. на соискание ученой степени канд. филол. наук: спец. 10.02.04 «Русский язык» / А. С. Евсеев. – М., 1990. – 13 с.
6. Ильин И. П. Стилистика интертекстуальности. Теоретические аспекты / И. П. Ильин // Проблемы современной стилистики. – М., 1989. – С. 186-207.
7. Киосе М. И. Лингво-когнитивные аспекты аллюзии: На материале заголовков английских и русских журнальных статей: дисс... канд. филол. наук: 10.02.20 / М. И. Киосе. – М., 2002. – 281 с.
8. Машкова Л. А. Аллюзивность как категория вертикального контекста / Л. А. Машкова // Вестник Московского университета. Серия 9. Филология. – 1989. – №2. – С. 25-33.
9. Наумова О. Е. Прецедентные тексты: аспекты изучения и функционирование в публицистическом дискурсе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://www.philol.msu.ru/~rlc2004/files/sec/16.doc>. – Заголовок з екрану.
10. Потылицына И. Г. Дискурсивный аспект аллюзивной интертекстуальности английского эссе: дисс... канд. филол. наук: 10.02.04. / И. Г. Потылицына. – М., 2005. – 213 с.
11. Тухарели М. Д. Аллюзия в системе художественного произведения: дисс. ... канд. филол. наук: 10.01.08 / М. Д. Тухарели. – Тбилиси, 1984. – 167 с.
12. Тютенко А. А. Структура і функції алюзії у пресі Німеччини, Австрії та Швейцарії: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. филол. наук: спец. 10.02.04 «Германські мови» / А. А. Тютенко. – Харків, 2000. – 20 с.
13. Шевченківська енциклопедія [Електронний ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://shevchcycl.kiev.ua/statt-pro-literaturnu-ta-malyarsku-tvorchost/77-alyuzu.html>. – Заголовок з екрану.
14. Baldick C. The Concise Oxford Dictionary of Literary Terms. – Oxford, New-York : Oxford University Press, 2008. – 368 p.
15. Ben-Porat Z. The Poetics of Literary Allusion. PTL: A Journal for Descriptive Poetics and Theory of Literature 1 (1976): 105-128.
16. Bloom H. A Map of Misreading. – Oxford : Oxford University Press, 1975. – 206 p.
17. Brower R. A. Alexander Pope: The Poetry of Allusion. – Oxford: Oxford at the Clarendon Press, 1986. – 368 p.
18. Cushman S. Princeton Encyclopedia of Poetry and Poetics. – Princeton, New Jersey : Princeton University Press, 2012. – 1440 p.
19. Galperin I. R. Stylistics. – Moscow : Higher school Publishing House, 1977. – 372 p.
20. Perri, C. On Alluding. Poetics 7 (1978): 289-307.
21. The Shorter Oxford English Dictionary on Historical Principles, ed. by C. T. Onions: Vol. 1. – London, Southampton Street, Strand, 1933. – 1232 p.

# ЗМІСТ

## ЛІНГВОДИДАКТИКА ТА СОЦІОЛІНГВІСТИКА

<b>Возhesku М. Н.</b> LANGUAGE CHOICE DYNAMICS IN UKRAINE .....	3
<b>Бридко Т. В.</b> СОЦИОФОНЕТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ СОНОРНОГО СОГЛАСНОГО [L] В НЕМЕЦКОЙ РЕЧИ РУССКОЯЗЫЧНЫХ ЖИТЕЛЕЙ ГЕРМАНИИ .....	5
<b>Корольова В. В.</b> ПРЕЦЕДЕНТНІ ФЕНОМЕНИ В МОВІ СУЧАСНОЇ ПОЕЗІЇ .....	8
<b>Морська Л. І.</b> СУТНІСТЬ І КЛАСИФІКАЦІЯ КОМУНІКАТИВНИХ СТРАТЕГІЙ У ПРОФЕСІЙНОМУ ДИСКУРСІ .....	11
<b>Навольська Г. І.</b> ДИДАКТИЧНІ УМОВИ ФОРМУВАННЯ ЛІНГВІСТИЧНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ СТУДЕНТІВ ФІЛОЛОГІЧНИХ ФАКУЛЬТЕТІВ ПРИ ВИВЧЕННІ ЛАТИНСЬКОЇ МОВИ .....	15
<b>Негер О. Б.</b> ХАРАКТЕРИСТИКА ОБ'ЄКТА ЯК ПОЗАМОВНИЙ ЧИННИК РОЗВИТКУ УРБАНОНІМІЇ ЗАКАРПАТТЯ .....	17
<b>Нуждак Л. В.</b> ЕСТЕТИКА ТА МОДНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПРИЗВИЩ УКРАЇНЦІВ ПОСТРАДЯНСЬКОГО ПЕРІОДУ КРИЗЬ ПРИЗМУ ЕКОЛІНГВІСТИКИ .....	20
<b>Сурмач О. Я.</b> АСОЦІАТИВНИЙ ЕКСПЕРИМЕНТ ТА ВЕРБАЛЬНІ АСОЦІАЦІЇ У ПСИХОЛІНГВІСТИЧНИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ .....	22

## КОГНІТИВНА ЛІНГВІСТИКА ТА ПРАГМАТИКА

<b>Аладько Д. О.</b> ВИКОРИСТАННЯ НАЗВ ПОСУДУ НА ПОЗНАЧЕННЯ ЧАСТИН ТІЛА ЛЮДИНИ В АНГЛІЙСЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ МОВАХ .....	25
<b>Бенкендорф Г. Д.</b> ПРОСТОРОВО-ЧАСОВИЙ КОНТИНУУМ НАЦІОНАЛ-СОЦІАЛІСТИЧНОГО МАКРОТЕКСТУ .....	27
<b>Бернацька С. М., Бернацька Н. П.</b> ОСНОВНІ АСПЕКТИ ЩОДО ФОРМУВАННЯ СТРУНКОЇ СИСТЕМИ КЛАСИФІКАЦІЇ МОДАЛЬНОЇ МОЖЛИВОСТІ ЯК РІЗНОВИДУ РЕЧЕННСВОЇ СЕМАНТИКИ .....	30
<b>Боть Л. П.</b> ПРИНЦИП ВВІЧЛИВОСТІ В ДИРЕКТИВНИХ МОВЛЕННСЬВИХ АКТАХ (НА МАТЕРІАЛІ УСНОГО МОВЛЕННЯ ДІТЕЙ 6-10 РОКІВ) .....	33
<b>Василенко Д. В.</b> КОНЦЕПТУАЛЬНІ МЕТАФОРИ У СФЕРІ АНГЛОМОВНОЇ ВІЙСЬКОВОЇ ЛЕКСИКИ .....	36
<b>Вигнанська І. М.</b> RECHERCHES PUBLICITÉS AVEC RÉFÉRENCES BIBLIQUES .....	38
<b>Гач Н. О.</b> СЕМАНТИКА ТА ПРАГМАТИКА «ЛЕТ» – КОНСТРУКЦІЇ В ПОЕТИЧНОМУ ДИСКУРСІ .....	42
<b>Грибок О. М.</b> ЗАСОБИ ВИРАЖЕННЯ МЕНТАЛЬНИХ СТЕРЕОТИПІВ ПОБУТОВОГО ДИСКУРСУ НІМЦІВ .....	46
<b>Гриняк О. О.</b> ЛІНГВОСТИЛІСТИЧНІ ЗАСОБИ ВІДОБРАЖЕННЯ ЦІННОСТІ ОСОБИСТОСТІ У ПОЕТИЧНИХ ТЕКСТАХ .....	50
<b>Грошко Т. В.</b> ДИСКУРС У ЛІНГВІСТИЧНІЙ ПАРАДИГМІ: ЖАНРОВА КЛАСИФІКАЦІЯ (БАНКІВСЬКИЙ, ПУБЛІЦИСТИЧНИЙ ТА ХУДОЖНІЙ ДИСКУРСИ) .....	52
<b>Доронкіна Н. Є.</b> КАТЕГОРІЇ НАУКОВОГО ДИСКУРСУ .....	54
<b>Дунаєвська О. В.</b> КОНЦЕПТ «ХРЕЩЕННЯ ДИТИНИ» В БРИТАНСЬКІЙ ЛІНГВОКУЛЬТУРІ .....	57
<b>Євенчук О. Г.</b> КОНЦЕПТУАЛЬНА МЕТАФОРА «FAMILIE – LEBEWESEN» У НІМЕЦЬКОМУ ПУБЛІЦИСТИЧНОМУ ДИСКУРСІ .....	61
<b>Єсипенко Н. Г.</b> ПРОФІЛЮВАННЯ ЛІНГВОКУЛЬТУРНИХ КОНЦЕПТІВ .....	64

<b>Єфименко В. А.</b> ФОКАЛІЗАЦІЯ ТА МЕДІАЦІЯ В СУЧАСНИХ НАРАТИВАХ .....	67
<b>Застровська С. О.</b> ВИРАЖЕННЯ ВВІЧЛИВОСТІ У НІМЕЦЬКОМОВНОМУ ДИСКУРСІ .....	69
<b>Зозуля М. О.</b> СПОСОБИ АКТУАЛІЗАЦІЇ КОНЦЕПТУАЛЬНОЇ МЕТАФОРИ-ПЕРСОНІФІКАЦІЇ В РОМАНАХ У ГОЛДІНГА .....	72
<b>Льченко О. А.</b> МЕТАФОРИЧНІ СЛОВСПОЛУЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ДИСКУРСУ В МОВІ ЗМІ ХХІ СТ.: АКСІОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ .....	75
<b>Канова Л. П.</b> ПРОФЕСІЙНА ІНШОМОВНА ПІДГОТОВКА ВІЙСЬКОВОСЛУЖБОВЦІВ ДО МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ .....	78
<b>Кишко С. М.</b> ДО ПРОБЛЕМИ КОМУНІКАТИВНОЇ ІНТЕНЦІЇ .....	81
<b>Климчук І. О.</b> ЕМОТИВНІСТЬ У РЕКЛАМНИХ ТЕКСТАХ .....	83
<b>Колесова А. О.</b> АТРИБУТИВНИЙ ХУДОЖНІЙ ОБРАЗ КОХАНОЇ В АНГЛОМОВНИХ ПОЕТИЧНИХ ТЕКСТАХ ХІХ-ХХ СТОЛІТТЯ .....	85
<b>Копчак О. І.</b> ГЛЮТОНІМИ У ПЕРСЬКИХ І УКРАЇНСЬКИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМАХ НА ПОЗНАЧЕННЯ ЕМОЦІЙ ЛЮДИНИ .....	89
<b>Коропецька О. І.</b> ЗАСОБИ ВИРАЖЕННЯ МОВЛЕННЕВОЇ ТАКТИКИ ЗАПИТУ ІНФОРМАЦІЇ В ПАРЕНТАЛЬНОМУ ДІАЛОГІЧНОМУ ДИСКУРСІ .....	93
<b>Косович О. В.</b> ФРАНЦУЗЬКА НЕОЛОГІЯ: СУТНІСТЬ, ТЕНДЕНЦІЇ, ПЕРСПЕКТИВИ .....	97
<b>Крутько Т. В.</b> РЕАЛІЗАЦІЯ ПРИЙОМУ ПРОТИСТАВЛЕННЯ У ТЕКСТАХ РЕКЛАМИ .....	99
<b>Кушнерова О. А.</b> ВІРШОВАНИЙ ТЕКСТ ЯК РЕЗУЛЬТАТ ЗМІНЕНОГО СТАНУ СВІДОМОСТІ АВТОРА .....	102
<b>Лазебна О. А.</b> ВЖИВАННЯ ПРИСЛІВНИКІВ ОЦІНКИ У СПОЛУЧЕННІ З ДІЄСЛОВОМ SICH FÜHNEN У ТВОРАХ СУЧАСНИХ НІМЕЦЬКИХ ТА АВСТРІЙСЬКИХ ПИСЬМЕННИКІВ .....	107
<b>Лашук О. М.</b> АНТРОПОЦЕНТРИЧНИЙ ПІДХІД У ДОСЛІДЖЕННІ БІНАРНИХ КОНЦЕПТІВ «NÄHE» ТА «DISTANZ» .....	110
<b>Магас Н. М.</b> СОЦІАЛЬНІ КАТЕГОРІЇ МОДУСУ ЯК РЕПРЕЗЕНТАНТИ ЕМОЦІЙ У ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ .....	114
<b>Макаренко Ю. В.</b> ІНТЕРНЕТ-ЩОДЕННИК ЯК НОВИЙ ВЕРБАЛЬНИЙ КАНАЛ СПІЛКУВАННЯ .....	117
<b>Марку В. І.</b> ДЕРИВАТИВИ З АГЕНТИВНИМИ СУФІКСАМИ У ГАЗЕТНОМУ ДИСКУРСІ ТА ЖАНРІ ФЕНТЕЗІ .....	121
<b>Мицан Д. М.</b> ЛОКАТИВНЕ ВЖИВАННЯ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ З КОМПОНЕНТАМИ-НАЗВАМИ ЧАСТИН ТІЛА .....	124
<b>Місягіна І. М.</b> ДИСКУРСИВНИЙ АКТ УХИЛЬНОСТІ .....	128
<b>Молодоженя О. Ю.</b> ЗАСОБИ МОВНОЇ ГРИ В МАГІЧНИХ РИТУАЛАХ .....	131
<b>Мясоєдова С. В.</b> СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ НЕПРЯМИХ СПОНУКАЛЬНИХ ВИСЛОВЛЕНЬ СУЧАСНОЇ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ .....	133
<b>Науменко Л.</b> ПЕРСОНАЖ ЯК МОВНА ОСОБИСТІСТЬ У МАЛІЙ ПРОЗІ ВОЛОДИМИРА ВИННИЧЕНКА .....	137
<b>Неклесова В. Ю.</b> ДОМІНАНТНІ СКЛАДОВІ ТРЕТЬОГО КОЛА ХРОНОНІМНОГО ФРЕЙМУ (ЗА ДАНИМИ ОНОМАСТИЧНОГО АСОЦІАТИВНОГО ЕКСПЕРИМЕНТУ) .....	140
<b>Нікіточкіна І. В.</b> СЕМАНТИКО-КАТЕГОРІАЛЬНА РОЗБІЖНІСТЬ ТЕРМІНІВ «СМИСЛ», «ЗНАЧЕННЯ», «ПОНЯТТЯ» І «КОНЦЕПТ» .....	144
<b>Новак В. Р.</b> ДО ПИТАННЯ ВИКОРИСТАННЯ НЕВЕРБАЛЬНИХ КОМПОНЕНТІВ В КОМУНІКАЦІЇ «ЛЮДИНА-КОМП'ЮТЕР» .....	148

<b>Новікова Н. Г.</b> КОМУНІКАТИВНО-ПРАГМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ТУРИСТИЧНИХ РЕКЛАМНИХ ТЕКСТІВ .....	152
<b>Новосадська О. Б.</b> ПОНЯТЄВО-ОЦІННІ ОЗНАКИ КОНЦЕПТУ «ПРИВАТНІСТЬ» В АНГЛІЙСЬКИХ ПРИСЛІВ'ЯХ .....	155
<b>Одарчук Н. А., Одарчук О. С., Мірончук Т. А.</b> КОМУНІКАТИВНІ СТРАТЕГІЇ РЕДАКТОРА ПРЕЗЕНТАЦІЇ MS POWERPOINT 2010 КРИЗЬ ПРИЗМУ ПРАГМАТИКИ .....	157
<b>Остапчук Я. В.</b> НОМІНАТИВНЕ ТА ПОНЯТІЙНЕ ПОЛЕ КОНЦЕПТУ IMAGINATION .....	161
<b>Піскозуб З. Ф., Потьомкіна І. Ф.</b> ДО ПИТАННЯ НОМІНАЛІЗАЦІЇ ІНФІНІТИВУ У ФРАНЦУЗЬКІЙ МОВІ .....	164
<b>Плисак Д. В.</b> АСОЦІАТИВНИЙ ПОТЕНЦІАЛ АНГЛІЙСЬКИХ МЕДИЧНИХ ТЕРМІНІВ У ХУДОЖНЬОМУ ДИСКУРСІ: ЛІНГВОКОГНІТИВНИЙ ВИМІР .....	167
<b>Полєжаєв Ю. Г.</b> СПЕЦИФІКА ПРАГМАТИКИ ТЕКСТІВ БОРТОВОЇ ПРЕСИ .....	170
<b>Рим'як І. Є.</b> ПРАГМАТИЧНІ АСПЕКТИ КОМУНІКАТИВНИХ СТРАТЕГІЙ КОМПЛІМЕНТУ ТА ІРОНІЇ (НА МАТЕРІАЛІ ФРАНЦУЗЬКИХ ХУДОЖНІХ ТВОРІВ XVII-XIX СТОЛІТЬ) .....	173
<b>Романова Н. В.</b> ПСИХОЛІНГВІСТИЧНІ МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕМОТИВНОЇ ЛЕКСИКИ .....	176
<b>Семенюк І. С.</b> СТРУКТУРНО-КОМПОЗИЦІЙНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЕПОРТАЖУ З ЮРИДИЧНОЇ ТЕМАТИКИ .....	180
<b>Сербін С. М.</b> ІНТЕРВ'Ю В ПРЯМОМУ РАДІОЕФІРІ .....	183
<b>Смоляна А. Л.</b> СЕМІОТИЧНИЙ ХАРАКТЕР МАКРОСТРУКТУРИ РЕКЛАМНОГО БЛОКУ СУПЕРОБКЛАДИНОК АНГЛОМОВНИХ КНИГ .....	188
<b>Соловійова О. А.</b> ТИПИ МІЖМОВНИХ СПІВВІДНОШЕНЬ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ НА ПОЗНАЧЕННЯ КОНЦЕПТІВ ДОБРО-ЗЛО СУЧАСНИХ АРАБСЬКОЇ І УКРАЇНСЬКОЇ МОВ .....	191
<b>Суддя А. М.</b> РІВНІ КОНТЕКСТУ ТА ДЕКОДУВАННЯ КОНТЕКСТУАЛЬНИХ СИНОНІМІВ У НІМЕЦЬКОМОВНОМУ ХУДОЖНЬОМУ ДИСКУРСІ .....	194
<b>Тарабріна Н. А.</b> ДИНАМІКА КОНФЛІКТУ І ТАКТИКИ ЙОГО РОЗВ'ЯЗАННЯ .....	197
<b>Тараненко К. В.</b> ТРАНСАКЦІЙНИЙ АНАЛІЗ У ДОСЛІДЖЕННІ ПРАГМАТИЧНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ АНТОНІМІВ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ .....	200
<b>Тимофєєва І. С.</b> СИНТАКСИЧНІ ОЗНАКИ ОДНОСКЛАДОВИХ РЕЧЕНЬ НА ПРИКЛАДІ УКРАЇНСЬКОЇ, АНГЛІЙСЬКОЇ ТА НІМЕЦЬКОЇ МОВ .....	203
<b>Усова Н. В.</b> ФОНОМОРФЕМІКА ОНІМІВ У ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНОМУ ВИМІРІ .....	205
<b>Хлинїна О. М.</b> НЕКЛАСИЧНІ ЗАСОБИ НОМІНАЦІЇ КОНЦЕПТУ КАР'ЄРА .....	208
<b>Хомицька І. І.</b> ПРАГМАТИКО-ФУНКЦІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ НЕОЛОГІЗМІВ У ІСПАНСЬКОМУ МАСМЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ .....	211
<b>Шевченко А. С.</b> ОБРАЗНИЙ КОМПОНЕНТ СЕМАНТИЧНОЇ СТРУКТУРИ КОНЦЕПТУ JUSTICIA / СПРАВЕДЛИВІСТЬ .....	214
<b>Шершньова А. В.</b> ОСОБЛИВОСТІ ОБРАЗОТВОРЕННЯ В АНГЛОМОВНОМУ ХАЙКУ: КОГНІТИВНО-СЕМІОТИЧНИЙ АСПЕКТ .....	218
<b>Школяр Н. В.</b> ЕМОЦІЙНО-ЕКСПРЕСИВНИЙ КОМПОНЕНТ ПАМ'ЯТІ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ: НА МАТЕРІАЛІ УКРАЇНСЬКОЇ ТА АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ .....	221
<b>Щепанська Х. А.</b> КОГНІТИВНО-КОМУНІКАТИВНІ МЕХАНІЗМИ ФОРМУВАННЯ МОВНОГО ОБРАЗУ СЕРЦЯ В ЛІРИЧНІЙ ДРАМІ І. ФРАНКА «ЗІВ'ЯЛЕ ЛИСТЯ» .....	224
<b>Ясіновська О. В.</b> МЕТАФОРИЧНІ ОБРАЗИ КОНЦЕПТА ΦΘΟΝΟΣ У КНИГАХ НОВОГО ЗАВІТУ .....	228

**ПРОБЛЕМИ ЛІНГВІСТИКИ ТЕКСТУ ТА ДИСКУРСУ**

<b>Абашина В. Н.</b> СЛОВА КОММУНИКАТИВНОГО ФОНДА В АССОЦІАТИВНОЇ ПРОЗЕ ВАЛЕНТИНА КАТАЄВА (ЧАСТИЦА ДАЖЕ) .....	231
<b>Андрушенко О. Ю.</b> ІНФОРМАЦІЙНА СТРУКТУРА РЕЧЕННЯ: ПРОБЛЕМАТИКА ІСТОРИЧНИХ СТУДІЙ .....	234
<b>Антоненко Ю. М.</b> ОСОБЕННОСТИ ЗАГОЛОВКОВ НАУЧНЫХ РЕЦЕНЗИЙ .....	236
<b>Бабенко Е. В.</b> ПРАГМАТИЧЕСКИЕ ФУНКЦИИ РЕКЛАМНОЙ АННОТАЦИИ (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА) .....	239
<b>Багрій О. І.</b> ДИСКУРСИВНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ НАУКОВИХ ДИСКУСІЙНИХ ТЕКСТІВ .....	242
<b>Балко М. В.</b> СЛОВОСПОЛУЧЕННЯ І ПРОПОЗИЦІЯ: СПЕЦИФІКА СПІВВІДНОШЕННЯ ПОНЯТЬ .....	245
<b>Бехта І. А.</b> ДИСКУРСНА ЗОНА ПЕРСОНАЖА У ФАКТУРІ ХУДОЖНЬОГО ТЕКСТУ .....	248
<b>Ботвінко-Ботюк О. М.</b> ВИСЛОВЛЕННЯ ПРЕЗИРСТВА У КОНФРОНТАТИВНОМУ ДИСКУРСІ .....	251
<b>Бутко С. Г.</b> ГЕНЕЗИС ТА ФУНКЦІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ МІФОНІМІВ У ТЕКСТАХ УКРАЇНСЬКИХ ЗАМОВЛЯНЬ .....	254
<b>Веренько М. М.</b> РЕКЛАМНИЙ ТЕКСТ В АНГЛОМОВНІЙ КАРТИНІ СВІТУ .....	257
<b>Вєтрова І. М.</b> ФУНКЦІОНУВАННЯ ЕЛІПТИЧНИХ РЕЧЕНЬ В АНГЛІЙСЬКОМУ ХУДОЖНЬОМУ ТЕКСТІ .....	260
<b>Винник О. Ю.</b> ОБРАЗНІСТЬ У СУЧАСНОМУ АНГЛОМОВНОМУ ДИСКУРСІ ПРОГРАМУВАННЯ .....	262
<b>Гончарук С. В.</b> ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПРОСТОРОВИХ ІМЕННИКІВ-АНТОНІМІВ З ДЕТЕРМІНАТИВАМИ В ТЕКСТАХ ХУДОЖНЬОЇ ПРОЗИ .....	265
<b>Gulivets N. O.</b> MEN AND WOMEN IN POLITICAL COMMUNICATION .....	268
<b>Деркевич Н. А.</b> СЕМАНТИКА ДІЄСЛІВ ІЗ ПРЕФІКСОМ ZER- У ФОРМУВАННІ ЗВ'ЯЗНОСТІ ТЕКСТУ .....	271
<b>Єфименко Т.</b> ПЕРЕВТІЛЕННЯ ОБРАЗУ РОМАНТИЧНОГО ГЕРОЯ В РОМАНІ М. ШЕЛЛІ «ФРАНКЕНШТЕЙН» .....	274
<b>Занько Г. П.</b> ЛЕКСИЧНІ ІННОВАЦІЇ ЯК КОМПОНЕНТ КОГНІТИВНОГО РОЗВИТКУ ДИТИНИ .....	278
<b>Засанська Н. Д.</b> ЗІСТАВНИЙ АНАЛІЗ МІКРОПОЛІВ ЕКОНОМІЧНА КРИЗА/ ECONOMICAL CRISIS В УКРАЇНСЬКІЙ ТА АНГЛІЙСЬКІЙ МОВАХ .....	281
<b>Зелена Ю. Л.</b> МОВНА КОНСТРУКЦІЯ «КОПУЛЯТИВНЕ ДІЄСЛОВО+АТРИБУТИВНИЙ ДОДАТОК ПІДМЕТА (АДП): СТРУКТУРНИЙ, СЕМАНТИЧНИЙ ТА ПРАГМАТИЧНИЙ АСПЕКТИ .....	286
<b>Зимич Є. В.</b> НЕВЕРБАЛЬНІ АСПЕКТИ ІНТЕРПРЕТАЦІЇ МАРИТАЛЬНОГО ДІАЛОГІЧНОГО ДИСКУРСУ .....	289
<b>Івацішин О. М., Кацішин Н. Є.</b> СКОРОЧЕННЯ ЯК ОСОБЛИВИЙ ВИД ТЕРМІНІВ АНГЛОМОВНОГО ДИПЛОМАТИЧНОГО ДИСКУРСУ .....	293
<b>Карпа І. Б.</b> РЕАЛІЗАЦІЯ ФУНКЦІЇ АРГУМЕНТАЦІЇ В ЕЛЕКТРОННИХ ТЕКСТАХ (НА МАТЕРІАЛІ ІНФОРМАЦІЙНО-ДОВІДКОВОГО СЕРВІСУ YANOO!ANSWERS) .....	295
<b>Каширина М. М., Семиколенова Е. И.</b> К ВОПРОСУ ОБ УСТАНОВЛЕНИИ ГРАНИЦ МОТИВАЦИИ В СЛОВООБРАЗОВАНИИ .....	298
<b>Коваль Т. П.</b> СИНКРЕТИЗМ ФІЛОСОФЕМ «СМІХ» І «ЩАСТЯ» .....	302
<b>Козолуп М. С.</b> РЕАЛІЗАЦІЯ ПРОСТОРОВОЇ РЕФЕРЕНЦІЇ У ТЕКСТАХ ІНТЕРНЕТ НОВИН З ДОПОМОГОЮ ЗАСОБІВ НЕВЕРБАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ .....	306
<b>Козуб Л. С.</b> ГЕНДЕРНІ ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ПОЛІТИЧНОЇ МЕТАФОРИ У ДРУКОВАНИХ ЗАСОБАХ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ .....	309
<b>Кузнецова Л. Р.</b> МАЛОФОРМАТНИЙ ТЕКСТ ЯК АКТ МОВЛЕННСВОЇ КОМУНІКАЦІЇ .....	312

<b>Кундис О. Т.</b> НОМІНАТИВНІ РЕЧЕННЯ В ІТАЛІЙСЬКОМУ МАС-МЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ .....	315
<b>Лежньов С. М., Янсон В. В.</b> АНГЛОМОВНІ НЕОЛОГІЗМИ-СКОРОЧЕННЯ .....	318
<b>Лесінська О. М.</b> ОСОБЛИВОСТІ МОДИФІКАЦІЇ В ІМЕННИКОВОМУ СЛОВОСПОЛУЧЕННІ НА ПОЗНАЧЕННЯ ЛЮДИНИ У ХУДОЖНЬОМУ ДИСКУРСІ .....	320
<b>Мельник Н. М.</b> ХАРАКТЕРИСТИКА СЛОВОВІРНОЇ БАЗИ ІМЕННИКІВ ТА ДІЄСЛІВ АВТОМОБІЛЬНОГО СЛЕНГУ .....	324
<b>Мукхайленко В. В.</b> SEMANTIC SHIFTS OF LEXEMES IN DISCOURSE .....	326
<b>Мойсеєнко С. М.</b> СТИЛІСТИКО-СИНТАКСИЧНІ ЗАСОБИ ФОРМУВАННЯ АНГЛІЙСЬКОГО КОМП'ЮТЕРНОГО ДИСКУРСУ .....	329
<b>Монахова Т. В.</b> МОДЕРНІЗМ ЯК СТРАТЕГІЯ ТЕКСТОТВОРЕННЯ .....	332
<b>Мохненко О. П.</b> КОНФЛІКТ ЯК ОБ'ЄКТ ФОНЕТИЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ .....	334
<b>Назмєєва Н. А.</b> МЕТАМОВНА ІНФОРМАТИВНІСТЬ НАВЧАЛЬНОЇ ІНСТРУКЦІЇ В АНГЛОМОВНОМУ МЕТОДИЧНОМУ ДИСКУРСІ .....	338
<b>Німенко О. А.</b> СЕМАНТИЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА ДЕСУБСТАНТИВНИХ, ДЕАД'ЕКТИВНИХ І ДЕВЕРБАТИВНИХ ДІЄСЛІВ (НА МАТЕРІАЛІ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ) .....	341
<b>Павлик В. І.</b> АРХІТЕКТОНІКО-МОВЛЕННЄВІ ФОРМИ ЖАНРУ «ГЛОСА» .....	343
<b>Плакида Г. А.</b> СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ДОСЛІДЖЕННЯ ЛІТЕРАТУРНОГО ЖАНРУ МЕМУАРІВ .....	345
<b>Плетенецька Ю. М.</b> ДО ДОЦІЛЬНОСТІ РОЗМЕЖУВАННЯ ПОНЯТЬ ВЕЛИКОГО І МАЛОГО СИНТАКСИСУ .....	349
<b>Рогач Ю. І.</b> СТРУКТУРНО-ФУНКЦІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ РЕКЛАМНИХ ТЕКСТІВ В АВСТРАЛІЙСЬКИХ ДРУКОВАНИХ ЗАСОБАХ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ .....	352
<b>Сеттарова М. Д.</b> ДИНАМІКА РАЗВИТТЯ АНГЛІЙСЬКОГО ЯЗЫКА В США .....	355
<b>Сікорський Т. В.</b> ЦІННІСНИЙ КОМПОНЕНТ ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ (НА МАТЕРІАЛІ ПОЛІТИЧНИХ ПРОМОВ Б. ОБАМИ ТА М. РОМНІ) .....	358
<b>Сулейманова Н. В.</b> К ВОПРОСУ О ПРОБЛЕМЕ ЭКВИВАЛЕНТНОСТИ И АДЕКВАТНОСТИ ПЕРЕВОДА НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКИХ ТЕРМИНОВ .....	360
<b>Тесленко О. А.</b> ФЕНОМЕНОЛОГИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РУССКОЯЗЫЧНОЙ СМС-КОММУНИКАЦИИ .....	363
<b>Тиха У. І.</b> ЖАНРОВІ ІГРИ В ПОСТМОДЕРНІСТСЬКОМУ ТВОРІ .....	366
<b>Третьякова К. В.</b> ОМОНІМІЧНІ ОПОЗИЦІЇ «ОНІМ–АПЕЛЯТИВ» В ЛАТИНСЬКІЙ МОВІ .....	368
<b>Улановська О. В.</b> МЕТАФОРІЧНІСТЬ КОМПОЗИЦІЇ ПОСТМОДЕРНІСТСЬКОЇ АНГЛОМОВНОЇ ДРАМИ (НА МАТЕРІАЛІ П'ЄСИ СЕМЮЕЛА БЕККЕТА «WAITING FOR GODOT») .....	370
<b>Ущина В. А.</b> ДИСКУРС РИЗИКУ: КОМУНІКАТИВНИЙ ТА ПРАГМАТИЧНИЙ АСПЕКТИ .....	373
<b>Федоренко С. В.</b> МЕТАФОРА В НАУКОВО-ТЕХНІЧНІЙ ЛІТЕРАТУРІ .....	376
<b>Худа Н. С.</b> ОСОБЛИВОСТІ ВЖИВАННЯ ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНИХ КЛАСІВ ІМЕННИКІВ У РОМАНАХ ДЖОНА АПДАЙКА (НА МАТЕРІАЛІ РОМАНУ «КРОЛИК, БЖИ») .....	378
<b>Чабаненко Т. С.</b> РАЗНОВИДНОСТИ НЕПОЛНЫХ ПАРАДИГМ ЛИЧНЫХ ФОРМ РУССКОГО ГЛАГОЛА .....	381
<b>Чеберяк А. М.</b> ОСОБЛИВОСТІ МОВЛЕННЄВОЇ АГРЕСІЇ В ІНСТИТУЦІОНАЛЬНОМУ ДИСКУРСІ (НА МАТЕРІАЛІ ВІДКРИТОГО ЛИСТА Ю. ТИМОШЕНКО ДО В. ЯНУКОВИЧА «ЛИСТ ДИКТАТОРУ») .....	385
<b>Черненко Т. В.</b> ФУНКЦІОНАЛЬНА СЕМАНТИКА ДІЄСЛІВ-КОНВЕРСИВІВ У ТЕМАТИЧНО МАРКОВАНОМУ ХУДОЖНЬОМУ ДИСКУРСІ .....	388



**Шевельова-Гаркуша Н.**ВЗАЄМОБУМОВЛЕНІСТЬ СПОСОБІВ РИТМІКО-СИНТАКСИЧНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ  
ТА СЕМАНТИКИ ПОЕТИЧНИХ ТЕКСТІВ

(НА МАТЕРІАЛІ СУЧАСНОГО АМЕРИКАНСЬКОГО ВІРШОВАНОГО МОВЛЕННЯ) ..... 390

**Ярема О. Б.**

ЛІТЕРАТУРОЗНАВЧА ПАРАДИГМА ДОСЛІДЖЕННЯ АЛЮЗІЇ ..... 393

Збірник наукових праць

**Наукові записки**  
**Серія “Філологічна”**

**Випуск 29**

**Головний редактор** *Пасічник І. Д.*

**Відповідальний за випуск** *Ковальчук І. В.*

**Укладачі** *Ковальчук І. В., Коцюк Л. М., Новоселецька С. В.*

**Технічний редактор** *Свинарчук Р. В.*

**Комп’ютерна верстка** *Крушинської Н. О.*

**Художнє оформлення обкладинки** *Олексійчук К. О.*

*За достовірність наведених фактичних даних, цитат,  
власних імен, географічних назв та інших відомостей  
відповідають автори.*

Підписано до друку 19. 10. 2012. Формат 42x30/4.

Папір офсетний. Друк різнографія.

Гарнітура “TimesNewRoman”

Наклад 100 прим.

Видавництво Національного університету “Острозька академія”  
Україна, 35800, Рівненська обл., м. Острог, вул. Семінарська, 2.

Свідоцтво про державну реєстрацію

РВ №1 від 8 серпня 2000 року.