

УДК 811

Опубліковано статті, у яких розглядаються актуальні питання функціонування і розвитку мови різних типів дискурсу в сучасному суспільстві, досліджено комунікативно-прагматичні особливості лексики й граматики, мовні засоби реалізації основних принципів мовленнєвого спілкування, висвітлено проблемні питання перекладознавства та літературознавства.

Для наукових співробітників, викладачів, аспірантів і студентів

Present edition contains a number of articles, which span topical problem of philology and language analysis within communicative-pragmatic paradigm, namely communicative and organizing functions of lexis and grammar, selection of language units relevance to major principles of communication, key problems of litterature and translation studies.

For teachers, researches, post graduate students and students.

Публикуются статьи, посвященные актуальным вопросам функционирования и развития разных типов дискурса в современном обществе, в которых исследуются коммуникативно-прагматические особенности лексики и грамматики, языковые средства реализации основных принципов языкового общения, освещаются вопросы переводоведения и литературоведения.

Для научных сотрудников, преподавателей, аспирантов и студентов.

ВІДПОВІДАЛЬНИЙ РЕДАКТОР	О.І. Чередниченко, д-р філол.наук., проф.
РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ	А.Д. Белова, д-р філол. наук., проф. (заст. голов. ред.); В.Б. Бурбело, д-р філол. наук. проф. (заст. голов. ред.); Л.В. Клименко, канд. філол. наук (відп. секр.); Н.Ю. Жлуктенко, канд. філол.наук., проф.; В.І. Карабан, д-р філол. наук, проф.; Л.В. Коломієць, д-р філол. наук, проф.; Н.М. Корбозерова, д-р філол. наук, проф.; Л.І. Сахарчук, д-р філол. наук, проф.; І.В. Смуцинська, д-р філол. наук, проф.
Адреса редколегії	01033, Київ, 6-р Т. Шевченка, 14; ☎ (38044) 221 02 02
Затверджено	Вченою радою Інституту філології 27.06.17 року (протокол № 12)
Атестовано	Вищою атестаційною комісією України. Постанова Президії ДАК МОН України №1-05/6 від 12.06.02
Зареєстровано	Міністерство освіти і науки України. Свідоцтво про Державну реєстрацію № 15 від 16.05.16
Засновник та видавець	Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Свідоцтво внесено до Державного реєстру ДК № 1103 від 31.10.02
Адреса видавця	01601, Київ-601, 6-р Т. Шевченка, 14, кімн. 43 ☎ (38044) 239 3172, 239 3222; факс 239 3128

UDC 811

Present edition contains a number of articles, which span topical problem of philology and language analysis within communicative-pragmatic paradigm, namely communicative and organizing functions of lexis and grammar, selection of language units relevance to major principles of communication, key problems of litterature and translation studies.

For teachers, researches, post graduate students and students.

Опубліковано статті, у яких розглядаються актуальні питання функціонування і розвитку мови різних типів дискурсу в сучасному суспільстві, досліджено комунікативно-прагматичні особливості лексики й граматики, мовні засоби реалізації основних принципів мовленнєвого спілкування, висвітлено проблемні питання перекладознавства та літературознавства.

Для наукових співробітників, викладачів, аспірантів і студентів

Публикуются статьи, посвященные актуальным вопросам функционирования и развития разных типов дискурса в современном обществе, в которых исследуются коммуникативно-прагматические особенности лексики и грамматики, языковые средства реализации основных принципов языкового общения, освещаются вопросы переводоведения и литературоведения.

Для научных сотрудников, преподавателей, аспирантов и студентов.

EXECUTIVE EDITOR	O. Cherednychenko, Dr.Sci (Philol), Prof.
EDITORIAL BOARD	A. Belova, Dr.Sci (Philol), Prof. (deputy executive editor); V. Burbelo, Dr. Sci (Philol), Prof. (deputy executive editor); L. Klymenko, Cand. Sci (Philol), Researcher (Executive Secretary); N. Zhluktenko, Cand. Sci (Philol), Prof.; V. Karaban, Dr. Sci (Philol), Prof.; L. Kolomiyets, Dr. Sci (Philol), Prof.; N. Korbozerova, Dr. Sci (Philol), Prof.; L. Sakharchuk, Dr. Sci (Philol), Prof.; I. Smuschinska, Dr. Sci (Philol), Prof.
Address	14 Shevchenka Blvd, Kyiv, 01033; ☎ (38044) 221 02 02
Approved by the	Academic Council of the Institute of Philology June 27, 2017 (Minutes # 12)
Certified by the	Higher Attestation Board (the State Commission for Academic Degrees and Titles), Ukraine Edict # 1-05/6 issued on 06.10.2010
Certified by the	Ministry of Justice of Ukraine State Certificate # 15 issued on 15.05.2015
Founded and published by	Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv University Publishing State Certificate # 1103 issued on 31.10.2002
Address:	Office 43, 14 Shevchenka Blvd, Kyiv, 01601 ☎ (38044) 239 31 72, 239 32 22; Fax 239 31 28

ЗМІСТ

РОМАНСЬКЕ І ГЕРМАНСЬКЕ МОВОЗНАВСТВО

Афанасьєва О. Ритуал та його кореляції з іншими регулятивно-внормувальними форматами комунікації	6
Бистров Я. Методологічне підґрунтя дослідження наративу в когнітивно-дискурсивній парадигмі лінгвістики	10
Бурмістенко Т. Управлінський дискурс у системі комунікації франкомовного суспільства.....	14
Карпова К. Мультимедіа англomовного кулінарного блога	17
Клименко Л. Корпусна і когнітивна лінгвістика: перспективи конвергенції методів	21
Материнська О. Структура та семантика темпоральних меронімів у німецькій і англійській мовах	26
Сєчіна С. Фреймове моделювання концепту ІДЕНТИЧНІСТЬ (IDENTIDAD) у іспанській мові: предметно-центричний та ідентифікаційний фрейм	33
Соболева О. Стилістична забарвленість рекламних повідомлень	36
Чернова А. Прагматичні пресупозиції та імплікатури дискурсу у французькій соціальній рекламі	39

ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВО

Некряч Т., Довганчина Р. Flores rhetoricae: відтворення риторичних фігур у публіцистичному дискурсі.....	44
Плющ Б. Непрямий переклад української художньої прози: значення паратекстуального фрейму	48
Ребенко М. Характер і властивості суб'єктивної деформації в тексті художнього перекладу	54
Черноватий Л., Малявіна М. Структура англomовних термінів і способи їх передавання українською мовою	60

CONTENTS

ROMANCE AND GERMANIC LANGUAGES

Afanasyeva O. Ritual and Its Correlations with Other Regulatory and Normative Communication Formats.....	6
Bystrov Ya. Methodological Basis of The Study of The Narrative in The Cognitive And Discourse Paradigm of Linguistic Knowledge	10
Burmistenko T. Managerial Discourse in The System of Communication of The French Society	14
Karpova K. Multimedia of English Culinary Blog	17
Klymenko L. Corpus and cognitive linguistics: methods convergence prospects.....	21
Materynska O. Structure and Semantics of Temporal Meronyms in German and English	26
Siechina S. The Frame Design of The IDENTIDAD Concept in Spanish: Objective-Central and Identification Frames.....	32
Soboleva O. Stylistic Nuances of Advertising Messages	36
Chernova A. Pragmatic Presuppositions and Discourse Implicatures of French Social Advertising	39

TRANSLATION STUDIES

Nekryach T., Dovganchyna R. Flores Rhetoricae: Reproducing Rhetoric Figures in Publicist Discourse.....	44
Pliushch B. Indirect Translation of Ukrainian Prose: The Importance of Paratextual Frame	48
Rebenko M. Nature and Features of Subjective Translation Deformation in Literary Translation.....	54
Chernovaty L., Maliavina M. English Terminology Structure and The Techniques of Its Rendering into Ukrainian	60

СОДЕРЖАНИЕ

РОМАНСКОЕ И ГЕРМАНСКОЕ ЯЗЫКОЗНАНИЕ

Афанасьева О. Ритуал и его корреляции с другими регулятивно-нормирующими форматами коммуникации	6
Быстров Я. Методологические основы исследования нарратива в когнитивно-дискурсивной парадигме лингвистики	10
Бурмистенко Т. Управленческий дискурс в системе коммуникации франкоязычного общества	14
Карпова Е. Мультимедиа англоязычного кулинарного блога	17
Клименко Л. Корпусная и когнитивная лингвистика: перспективы конвергенции методов	21
Материнская Е. Структура и семантика темпоральных меронимов в немецком и английском языках	26
Сечина С. Фреймовое моделирование концепта ИДЕНТИЧНОСТЬ (IDENTIDAD) в испанском языке: предметно-центричный и идентификационный фреймы	32
Соболева Е. Стилистическая окраска рекламных сообщений	36
Чернова А. Прагматические пресуппозиции и импликатуры дискурса во французской социальной рекламы	39

ПЕРЕВОДОВЕДЕНИЕ

Некряч Т., Довганчина Р. Flores rhetoricae: воссоздание риторических фигур в публицистическом дискурсе	44
Плющ Б. Непрямой перевод украинской художественной прозы: значение паратекстуального фрейма	48
Ребенко М. Характер и свойства субъективной деформации в тексте художественного перевода	54
Черноватый Л., Малявина М. Структура англоязычных терминов и способы их перевода на украинский язык	60

РОМАНСЬКЕ І ГЕРМАНСЬКЕ МОВОЗНАВСТВО

УДК 811.111'42:395

О. Афанасьєва, канд. філол. наук
Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ

РИТУАЛ ТА ЙОГО КОРЕЛЯЦІЇ З ІНШИМИ РЕГУЛЯТИВНО-ВНОРМУВАЛЬНИМИ ФОРМАТАМИ КОМУНІКАЦІЇ

Висвітлено основні кореляції поняття ритуалу з іншими поняттями регулятивного і вноормувального плану, передусім увічливості. Аналіз основних положень сучасних досліджень ритуалу та їх зіставлення із традиційними і новітніми постулатами теорії увічливості, поняттями етикету, хороших манер дозволило виявити основні тенденції у трактуванні цих понять та визначити перспективи ритоцентричного дослідження регулятивно-вноормувальних форматів комунікації.

Ключові слова: ритуал, увічливість, етикет, рутинна, комунікативна поведінка, інтеракція.

Дослідження різних форм комунікації є наразі одним із основних напрямів мовознавчих досліджень. При цьому ритуалізовані форми комунікації, ритуал як соціокультурне й комунікативне явище постають як важливий об'єкт міждисциплінарного пошуку, який об'єднує зусилля антропологів, етнографів, культурологів, соціологів і мовознавців, передусім у таких галузях, як лінгвокультурологія, лінгвопрагматика, соціолінгвістика, антрополінгвістика, комунікативістика, дискурсологія, медіалінгвістика тощо. Водночас, як зазначає А. Мікаелс, ритуал має багато понятійних аналогів, таких, як рутинна, етикет, культ, жертвоприношення, (спіритичний) сеанс, звичай, церемонія, вшанування, гра, свято, святкування, театральне чи спортивне дійство. У сучасних неакадемічних дебатах ці терміни є більшою чи меншою мірою взаємозамінними: рутинна, етикет чи звичай позначають повсякденну поведінку; свято, фестиваль, театр фокусуються на постановочному аспекті, а гра і спорт – на ігровому. Таким чином, до кола ритуалу включаються чайні церемонії, різдвяні свята, шаманістичні сеанси, племінні звичаї, рутинні практики чищення зубів і т. п. [18, с. 7]. Так, у дослідженні ритуалу як соціокомунікативного явища та для його комплексного лінгвопрагматичного опису постає необхідність установлення його кореляцій з іншими поняттями нормативно-регулювального характеру, які застосовуються до практик і форматів прагматичного, культурологічного плану, такими, як увічливість (цивілізованість, чемність, люб'язність, хороші манери), моральний порядок (Е. Дюркгайм, М. Дуглас), етикет, протокол тощо, адже здебільшого предметом вивчення як ритуалу, так і інших фіксованих форм комунікації є одні й ті самі типи інтеракції, комунікативні ситуації, мовленнєві акти, такі, як вітання, подяка, вибачення, прощання і т. п.

У цілому, у визначеннях ритуалу сучасними дослідниками підкреслюються такі його ознаки, як фіксованість, регламентованість, повторюваність, схематичність, прописовість. Так, Я. Платвоет описує ритуал як поведінку, яка керується певними правилами, є повторюваною і здійснюється в рамках попередньо встановлених шаблонів, які стали таким чином санкціонованими і традиційними. У цілому, ритуал тяжіє до формальності, стереотипності й непорушності [23, с. 28]. Починаючи із дюркгаймівської традиції вивчення ритуалу, його дослідники сходяться в думці про соціальну об'єднавчу функцію ритуалу. Ю. Д'Аквілі, Ч. Логлін і Дж. Макманус вважають що ритуальна поведінка є "різновидом формалізованої поведінки, яка включає двох або більше осіб, між якими відбувається активна двостороння комунікація, яка є (1) структурованою; (2) стереотипною, повторюваною в часі; і (3) приводить до більш тісної координації між особами задля певної соціальної дії, цілі або мети" [7, с. 29]. Поняття ритуаліза-

ції пов'язується передусім з регулюванням, упорядкуванням, приписом [14, с. 28].

Розрізняючи різні типи ритуалу, у першу чергу, релігійні та світські, як у науковому аспекті, так і в повсякденному розумінні, до останніх відносять передусім ритуали увічливості, які виявляються у таких комунікативних ситуаціях, як згадані вище вітання, прощання, подяка, вибачення. Увічливість уважається категорією етично-філософського плану, розглядається в педагогічному плані, адже її формування відбувається в процесі виховання особистості. В етичному аспекті увічливість визначають як форму "взаємин між людьми, що виявляється в уважності, доброзичливості, бажанні добра іншій людині, коректності, люб'язності, делікатності та такті, у готовності зробити послугу тому, хто цього потребує; риса характеру, моральна якість людини, що характеризує поведінку особи, для якої повага до людей стала повсякденною нормою і звичним способом поводження з оточуючими". До того ж під увічливістю "зазвичай розуміють уміння і звичку шанобливо й тактовно спілкуватися з людьми", вона "вважається проявом добрих манер і знання етикету", дає змогу людям "почувати себе комфортно в компанії та уникати напруженості в стосунках" [1, с. 70].

Саме формальний характер, "штучність" і почасти незрозумілість як правил етикету, який фіксує та прописує поведінкові моделі в параметрах належної поведінки, вживання формул увічливості, так і сценаріїв та схем ритуалу нерідко надають цим поняттям негативно-го відтінку у повсякденному сприйнятті. Описуючи ритуали увічливості, Д. Пікар зазначає, що увічливість часто позначають як "простий ритуал", щоб підкреслити її "механічний" чи "штучний" характер, відсутність природності [22, с. 28]. Іще недавно, пише Д. Жоффрей, ритуали розглядали як стереотипну неприродну поведінку, яка обмежувала можливість мислити та діяти [14, с. 24]. Зі свого боку, М. Тофтул наголошує на тому, що розрізняють формальну, суто зовнішню увічливість, "прищеплену вихованням, вишколенням, але не сприйняту серцем холодної егоїстичної людини", і внутрішню увічливість, "джерелом якої є доброзичливість, увага до ближнього, глибоке відчуття солідарності з ним" [1, с. 70]. У парадоксальних міркуваннях А. Конта-Спонвіля увічливість подано як штучний виверт, який може доходити аж до плазування чи образи. Отже вона не є доброчесністю, проте є основою всіх чеснот, які набуваються в процесі виховання [6]. Водночас Д. Пікар вважає, що увічливість не можна зводити до формальної та поверхневої системи більш чи менш штучних правил чемності. Вона діє на глибинну афективність індивіда, його образ і самоповагу, на відносини з іншими. Вона засновується на цінностях і принципах, які відповідають фундаментальним потребам

сприяння і регулювання суспільної взаємодії. Тому вона засновується на доєднанні й управляється в символічному просторі [22, с. 54].

Самими носіями мови ввічливості сприймається в категоріях психосоціальних і нормативних. Так, британські носії англійської мови концептуалізують увічливість як повагу до почуттів інших людей шляхом пристосування до соціальних норм і очікувань, які включають використання стандартних форм, таких, як *please* і *sorry* у відповідних ситуаціях, висловлення прохання, а не вимоги щось зробити та демонстрацію "хороших манер" [25, с. 88]. З погляду австралійських носіїв англійської мови, увічливість має такі асоціації: бути дружнім, доступним, люб'язним, уважним, скромним, некатегоричним, смиренним; повага і увага; належне використання мови [21, с. 41–42], а також виявляється у формалізованості, коректних формах звертання, частішому використанні *please* і *thank you*, дружніх привітань та шанобливому завершенні спілкування, використанні формальних засобів для вітань і прощань, ретельному виборі слів [19, с. 4]. Американські носії англійської мови вважають, що "ввічливий" (*polite*) корелює із поняттями поштовістості, поваги, люб'язності, дружнього ставлення, належного, у той час як невивічливість пов'язується із марнославством, ворожістю, грубістю [11, с. 290]. Підводячи підсумки цих досліджень, М. Хауг зазначає, що носії різних національних варіантів англійської мови включають до поняття ввічливості повагу, дружнє ставлення, люб'язність, належність, скромність [9, с. 300].

Увічливість стає предметом мовознавчих і соціокомунікативних досліджень у положеннях про ритуали соціальної інтеракції Е. Гофмана, у теорії ввічливості П. Браун і С. Левінсона та подальшому її розвитку в прагмакомунікативних студіях, які зосередили свою увагу не лише на мовних формулах увічливості, а й на описі та аналізі її прагматичних характеристик, особливостей комунікативної інтеракції (Г. П. Грайс, Р. Лакофф, Дж. Ліч та ін.). У такій перспективі ввічливості надається всеосяжного мовного масштабу. Так, на думку П. Браун, основоположниця теорії ввічливості, якщо мова є тією рисою, яка найрадикальніше відрізняє *Homo sapiens* від інших видів, то ввічливість є тією рисою використання мови, яка найнаочніше виявляє сутність людської соціальності у мовленнєвому вираженні [4, с. 326]. З такого погляду ввічливість розглядається у широкому сенсі як всеохопна у мовному вжитку [там само]. На думку М. Хауга і Д. Кадара, "увічливість є основним засобом, за допомогою якого люди виражаються і підтримують міжособистісні стосунки [10, с. 1]. З погляду Д. Жеффрея, який використовує ширше за значенням поняття цивілізованості / вихованості (*civilité*), саме вона є основою всіх форм соціального життя і включає правила належної поведінки (*savoir-vivre*), увічливості, пристойності, які сприяють взаємній довірі та повазі. [12, с. 11].

Водночас трактування поняття ввічливості та методи її дослідження змінюються з часом. Дослідники виділяють підхід з погляду соціальної норми, конверсативний максим, збереження лица, конверсативного контракту [8]. Розрізняють також традиційний підхід, заснований на постулатах кооперативного принципу П. Грайса; прагматичний, де теорія мовленнєвих актів переосмислюється з погляду критеріїв увічливості (Р. Лакофф, П. Браун і С. Левінсон); постмодерні студії, які наголошують на індивідуальних та оцінних параметрах увічливості (Дж. Іллен, С. Мілліз, Р. Ваттс, М. Лочер), пропонують альтернативні епістемологічні й онтологічні рамки дослідження, зокрема, дискурсивний [9] та фреймовий підхід до аналізу цього явища [26]. У дискурсивно орієнтованих дослідженнях увічливість

визначається як мовленнєва поведінка, яка перевищує очікування і водночас сприймається як така, що відповідає соціальним обмеженням даної інтеракції: вона несе ціннісне значення в емергентній комунікативній мережі, надмірне вираження якого вимагається належною поведінкою у цілісній інтеракції [27, с. 162]. Увічливість виражається в поведінці, яка виділяється, є маркованою [17, с. 17].

Останнім часом критично переглядаються основоположні поняття і положення теорії ввічливості, закладені в працях Е. Гофмана, розвинені й викладені як постулати теорії ввічливості П. Браун і С. Левінсоном. Нові підходи розвивають думку про контекстну та особистісну обумовленість інтеракційно спрямованих індексальних мовних і немовних компонентів комунікації, які її учасники оцінюють у параметрах увічливості, адже одні й ті самі формули, жести, інші поведінкові вияви можуть сприйматися по-різному з огляду на відносини між комунікантами, які складаються в конкретній комунікативній ситуації, їхні соціокультурні та комунікативні компетенції, особистісні характеристики тощо. Крім того, крос-культурні студії вносять свої поправки до традиційно-прагматичного надконтекстного бачення ввічливості, беручи до уваги специфіку різних типів культур в організації соціальних відносин та комунікативних форматів. Їх особливу значущість у сучасний період зумовлено активними міграційними процесами, соціальною мобільністю, що ставить питання міжкультурної комунікації серед пріоритетних як у теоретичному, так і в практичному планах. При цьому центральним у вивченні ввічливості стає питання того, як соціокультурна дистанція між інтерактантами відображається в комунікації та моделюється в ній [20, с. 247–248]. Водночас численні дослідники розглядають процеси рутинізації, колоквалізації (десемантизації, граматикизації) у формуванні та вживанні фіксованих формул увічливості. Вектор дослідження колюється тут між розглядом таких формул, як деконтекстуалізованих [24] до індивідуально і ситуативно пристосованих та маркованих у процесі інтеракції (див. праці М. Лочер).

Основним предметом критики стає трактування поняття "лица" (*face*) та його збереження, пошанування, підтримання (*facework*) у процесі комунікативного обміну. У результаті такого критичного аналізу питання лица постає в опозиційних відношеннях заданого в соціальних відносинах / співконституційованого в соціальній інтеракції. Як зазначає Р. Арундейл, "ці альтернативні моделі концептуалізують значення і дію як такі, що динамічно еволюціонують, або точніше як емергентні результати, які виникають у двох чи більше послідовних висловленнях, продуктованих та інтерпретованих індивідами. Такі моделі пояснюють людське спілкування не як просте механічне зчеплення шестерень, а як складний, не сумарний процес, подібний до інтерактивного виконання мелодії групою джазових музикантів" [3, с. 196]. Іншими словами, ідеться про деконтекстуалізацію чи контекстну обумовленість й індивідуальну оцінку параметрів увічливості, які формують "лица" співрозмовників та відповідні комунікативні стратегії. Дослідник пропонує власну теорію конститування лица (*Face Constituting Theory*), яка концептуалізує лице як соціальне явище, що виникає у взаємному співконституванні людських взаємин, а не як індивідуальне явище, яке включає персонцентричні атрибути: "лице є ключовим аспектом взаємин, які дві чи більше особи разом співконституують, так само, як вони разом співконституують в інтеракції певні значення і дії" [2, с. 2085]. Учений зазначає, що на відміну від існуючих теорій, лице не є персонцентричним атрибутом, таким, як соціальне бажання чи

публічний імідж, або аспектом соціальної ідентичності, яка визначає концепцію висловлення. Воно є реляційним феноменом, спрямованим на зв'язування чи розділення, і досягається в процесі інтеракції як дія і як значення [2, с. 2086–2088]. Водночас, повертаючись до засадничих для ритуалістичних студій думок Е. Гофмана, який надав поняттю ритуалу широкого соціокомунікативного значення, зазначимо, що, увівши поняття "лиця", дослідник пов'язав його з поняттям території та помістив їх до формату ритуалізованої взаємодії. З нашого погляду, сучасна критика поглядів Е. Гофмана не завжди бере до уваги цю ритуальну основу комунікативної структури в її цілісності. Проте саме постульована у цих положеннях просторова метафора зближення/віддалення використовується сучасними науковцями, особливо у крос-культурних студіях, для визначення і дослідження стратегій формування "лиця" комунікантів [20].

Нові підходи до трактування ввічливості корелюють із положеннями про співконструювання образів комунікантів у процесі інтеракції у французькій прагматично-дискурсивній традиції, що веде до глибинного філософського осмислення проблеми *Я та Інший* (див., зокрема, праці П. Рікера). Слід зазначити, що французькі і канадські дослідники приділяють велику увагу проблемам ритуалу в їх соціокомунікативному вимірі та в цілому наголошують на глибинних засадах ритуалізації життя спільноти, появи нових форм соціокомунікативних ритуалів (П. Лардельє, К. Рив'єр, Д. Жоффрей), що пов'язано з новими суспільними практиками, інформаційними технологіями, формуванням спільнот нового типу, відповідним переосмисленням не лише соціальних і етико-моральних категорій, а й таких категорій, як час і простір, різних аспектів формування спільнотної й особистісної ідентичності. Одним із ключових моментів дискусії стає співвідношення раціональної й ірраціональної, афективно-емоційної складової фіксованих форм поведінки. Так, починаючи із дюркгаймівської традиції вивчення ритуалу, його дослідники сходяться в думці про соціальну об'єднавчу функцію ритуалу. При цьому, як зазначає Я. Платвоет, ритуал дистанціює учасників від спонтанного вираження їхнього "Я", особистих мотивів, попереджає безпосереднє вираження особистих емоцій, крім тих випадків, коли спонтанність і хаос передбачені самим ритуалом [23, с. 28–29]. Д. Жоффрей наголошує на тому, що ритуали покликані передусім стримувати спонтанні сплески емоцій, адже ритуал замінює спонтанні тілесні пульсації регульованою, кодифікованою, медіатованою, спрямованою, цивілізованою поведінкою і забезпечує напружену рівновагу між повагою й надмірністю, порядком і безпорядком [14, с. 28]. Зазначимо, що саме у площині ритуалізованих інтеракцій сучасні дослідники вивчають невивчливість, яка стає наразі одним із особливо актуальних напрямів прагмакомунікативних студій (М. Теркурафі, М. Лочер, Д. Бусфілд, Дж. Калпепер, Д. Кадар). При цьому невивчливість розглядається не лише в її конфронтаційному аспекті, а й у контексті кооперативних форматів комунікації. Саме в останньому випадку невивчливість стає ознакою змагальних та інших типів ритуалу, знімаючи опозиції поваги / неповаги, які є засадничими з погляду теорії ввічливості.

Таким чином, основні параметри ввічливості, світського ритуалу та їх інтерпретація як у ритоцентричних дослідженнях, так і в теорії ввічливості багато в чому збігаються, взаємно накладаються, адже і ввічливість, і ритуал описуються в термінах фіксованої комунікативної поведінки. Ідеться, зокрема, про такі характеристики, як традиційність, стереотипність, формалізованість, формульність, про регульовальні соціальні функції. При цьому теорія ввічливості та її постулати нерідко стають

корелятом поняття ритуалу, механізмів ритуалізації і нерідко збігаються у вивченні комунікативних процесів у сучасному суспільстві [16, с. 26] чи фактично замінюють його. Водночас прагмакомунікативний напрям досліджень увічливості нерідко виводить поняття ритуалу за межі дослідження, наголос ставиться на переважанні раціонального над ірраціональним, так само, як піддається критиці психосоціальний підхід, застосований самими авторами теорії ввічливості, які акцентували увагу на соціальних бажаннях комунікантів як важливого чинника формування їх лиця [5].

Так, постає питання співвідношення понять ритуалу та ввічливості, яке дискутується у працях Р. Б. Арундейла, М. Теркурафі, Д. Кадара, ритуалу і "хороших манер" (*savoir-vivre*) [22]. З погляду Д. Кадара, основна відмінність між ритуалом і ввічливістю полягає в їх реалізації, а саме в тому, що ввічливість передусім пов'язано з інтерпретацією та оцінкою, а ритуал має розглядатися, перш за все, як дія з огляду на його символічну міметичну цінність [16, с. 26]. Дослідник зазначає, що ритуал є дією, яка вирізняється із-поміж інших, створюючи новий моральний порядок та підсилюючи / долаючи порядок існуючий. Тому не дивно, що він має внутрішній зв'язок із (не)ввічливістю, адже з огляду на те, що ритуал викликає позитивні чи негативні почуття, спосіб, у який комуніканти ставляться один до одного в ритуальному форматі, є для них також вирішувальним. Крім того, зважаючи на моральну цінність увічливості, люди часто посилаються на неї як на цінність вищого порядку, намагаючись раціоналізувати свої почуття щодо ритуальної інтеракції [15, с. 5].

У дослідженнях французьких і канадських науковців, увічливість наділяється тими самими рисами, які визначають ритуал, що робить їх взаємозамінними або взаємозначальними поняттями, як-от у словосполученні "ритуали ввічливості". При цьому, у загальному ритоцентричному трактуванні категорій і форм увічливості наголос ставиться на прагмакомунікативному компоненті інтеракції. Так, з погляду Д. Пікара, ввічливість стосується умінь жити в суспільстві "під поглядом інших", способу самопрезентації та гри певної ролі, пристосовуючись до партнера, ситуації, місця і часу, адже соціальне переважає тут над індивідуальним [22, с. 17]. З іншого боку, ввічливість розглядається як один із виявів ритуалізованих форм комунікативної поведінки. Так, Д. Жеффрей зазначає, що численні ритуали є прадавніми моделями символічного обміну, сигналами для регулювання контактів різного роду – зустрічей і розставань, від'їзду й повернення, вітання та прощання, самопрезентації чи представлення іншої особи, гостинності, прийому, обміну подарунками та побажаннями тощо. [13] У свою чергу Д. Пікар уважає, що на соціальному рівні манери поведінки (*le savoir-vivre*) функціонують як усі соціальні ритуали, посилюючи єдність групи та сприяючи її протиставленню як незалежної одиниці іншим групам, адже особи, які практикують ті самі ритуали, відчувають себе близькими й солідарними та відмінними від тих, хто їх не практикує. Саме таку функцію виконує етикет, бо, з одного боку, він засновує соціальну групу, а з іншого – позначає кордон між тими, хто його дотримується, й іншими. Водночас ідеться про соціальну диференціацію з відтінком ієрархізації, бо "вишуканість" манер конотується позитивно, а її відсутність негативно [22, с. 51].

Таким чином, аналіз сучасних студій увічливості, з одного боку, і досліджень ритуалу – з іншого, показує тенденцію до виокремлення ввічливості з ритуалістичних форматів, переведення її в дискурсивно-інтеракціоністський план в англо-американській традиції, у той час як ці поняття тісно переплітаються у робо-

тах франкомовних авторів. Основними спільними критеріями опису ритуалу та ввічливості виступають опозиції раціонального / ірраціонального / емоційно-афективного, спонтанного / регульованого, свободи / обмеження, індивідуального / соціального (ролі, маски), природного / штучного. При цьому ввічливість постає як соціальна модель комунікативної поведінки, яка забезпечується відповідними семіотичними засобами – мовленнєвими формулами, міможестуляційними, вестиментарними знаками і т. п. і виявляється як інтенція кооперативної взаємодії, яка конструюється в процесі інтеракції. З нашого погляду, виключення глибинних засад ритуалізації, яка встановлює і знімає вищезазначені опозиції, із досліджень увічливості у певному сенсі обмежує їх теоретико-методологічний апарат. У такій перспективі ввічливість може розглядатися як соціальна раціоналізація та прагматизація початкової синкретичної міфоритуальної єдності цих опозицій. При цьому саме динамічні ознаки вирізнення, виокремлення, маркованості, які є властивими як ритуалу, так і ввічливості (див. вище), з одного боку, і рутинізації форм увічливості поведінки, їх механістичного використання, забуття їх етимологічних і культурно-історичних джерел, пов'язаних із ритуальними практиками – з іншого, стають, з нашого погляду, головними у потрактуванні цих явищ. Соціально та/або індивідуально зумовлена інтенсивність виділення і маркування певної інтеракції визначає прагматичне й символічне навантаження формул увічливості та поведінкових схем, яке або ритуалізує у широкому сенсі таку інтеракцію, тобто актуалізує глибинні смисли сакрального, або рутинізує її, виділяючи власне прагматичні установки успішної комунікації. Саме в процесі конкретної інтеракції відбувається наповнення фіксованих форматів і "порожніх" формул соціально й індивідуально контекстуалізованим змістом. У цій площині переосмислюються поняття етикету, хороших манер, які змінюються із плином часу і адаптуються до його вимог. У попередні історичні періоди стратифікація суспільства засновувалася передусім на домінанті владної вертикалі, що зумовлювало особливу роль ритуалів влади, домінування складних етикетів, які відбивали соціальне розшарування суспільства. При цьому формат етикету, який покликано формалізувати і фіксувати поведінкові моделі, також зазнає суттєвих змін. Становлення етикету як опису належних поведінкових моделей, передусім представників вищих прошарків суспільства, початково охоплювало широке коло питань виховання, навчання, різноманітних знань і вмінь (див., напр., трактат Генрі Пічема *The Complete Gentleman*, виданий у 1622 р.), у той час як у сучасних демократичних суспільствах спостерігається універсалізація правил належної поведінки, їхня прив'язка до власне комунікативних вимірів та контекстно зумовлена адаптація (див. сучасний американський "Етикет" Е. Прост або "Міський етикет" Ч. Пурді). Така прив'язка до конкретного типу комунікативної ситуації дозволяє говорити про етикет у метро, автобусі, етикет виховування собак, поїздок на велосипеді, поведінки в ковортинг-просторі й т. п.

Тенденції до виокремлення / маркування і рутинізації тісно переплітаються в сучасному комунікативному просторі. Так, у демократичних суспільствах можна говорити про певний надстратифікаційний, трансверсальний об'єднавчий рівень увічливості, який певною мірою переважає над етикетами і протоколами, властивими практикам "вертикального", субординаційного, традиціоналістського й міжкультурного типу (військовий, дипломатичний, королівський тощо) і впливає на них. Закритість соціальних моделей ("ідеалів") попере-

дніх періодів переходить до соціально відкритих загальних настанов комунікативної поведінки передусім за антропологічними (вік, стать), позиціонувальними (організаційні, професійні спільноти), прагмакомунікативними критеріями. При цьому можна спостерігати тенденції до нівелювання антропоцентричних критеріїв, наприклад, гендерних опозицій, що особливо наочно виявляється в США. Водночас залишається достатньо сильною тенденція до виокремлення і закритості нових спільнот, як-от молодіжні угруповання з їх власним "етикетом" або динамічні он-лайн спільноти різного роду, нерідко транснаціонального типу, "випадкові" динамічні ковортинг-спільноти тощо. У цій дослідницькій перспективі ритоцентричний вектор дослідження може надати ширший формат і водночас поглибити вивчення нормативно-внормувальних форматів комунікації як процесів де-ритуалізації, ре-ритуалізації, появи нових ритуалізованих практик.

Список використаних джерел:

1. Тофтул М. Г. Сучасний словник з етики : словник / М. Тофтул. – Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2014. – 416 с.
2. Arundale R. B. Constituting Face in Conversation: Face, Facework, and Interactional Achievement / Robert B. Arundale // *Journal of Pragmatics*. – 2010. – № 42. – P. 2078–2105.
3. Arundale R. B. Face as Relational and Interactional: A Communication Framework for Research on Face, Facework, and Politeness / Robert B. Arundale // *Journal of Politeness Research*. – 2006. – № 2 (2). – P. 193–216.
4. Brown P. Politeness and Language / Penelope Brown // In: *The International Encyclopedia of the Social and Behavioural Sciences*. – Amsterdam: Elsevier, 2015. – P. 326–330.
5. Brown P. Universals in Language Usage: Politeness phenomena / Penelope Brown, Stephen C. Levinson // In: *Questions and politeness: Strategies in social interaction*. – Cambridge: Cambridge University Press, 1978. – P. 56–310.
6. Comte-Sponville A. Petit traité des grandes vertus / André Comte-Sponville. – P.: PUF, 1995. – Режим доступу: <http://mullerkrp.free.fr/lectures/vertus.pdf>.
7. D'Aquili E. D. The Spectrum of Ritual: A Biogenetic Structural Analysis / Eugene G. d'Aquili, Charles D. Laughlin, and John McManus. – New York: Columbia University Press, 1979. – 375 p.
8. Fraser B. Perspectives on Politeness / Bruce Fraser // *Journal of Pragmatics*. – 1990. – N 14. – P. 219–236.
9. Haugh M. The Discursive Challenge to Politeness Research: An Interactional Alternative / Michael Haugh // *Journal of Politeness Research*. – 2007. – N 3. – P. 295–317.
10. Haugh M. Understandings of Politeness / Michael Haugh, Dániel Z. Kádár. – Cambridge: Cambridge University Press, 2013. – P. XIII, 306.
11. Ide S. The Concept of Politeness: An Empirical Study of American English and Japanese / Sachiko Ide, Beverly Hill et al. // In: *Politeness in Language: Studies in its History, Theory, and Practice*. – Berlin: Mouton de Gruyter, 1992. – P. 281–297.
12. Jeffrey D. Préambule. La civilité à l'école / Denis Jeffrey // In: *Les violences en milieu scolaire : définir, prévenir et réagir*. – Presses de l'Université Laval, 2015. – P. 9–29.
13. Jeffrey D. Que sont les rites devenus? Du rituel collectif à celui de chacun / Denis Jeffrey. – 2003. – Режим доступу: <http://www.ledevoir.com/non-classe/33305/que-sont-les-rites-devenus-du-rituel-collectif-a-celui-de-chacun>.
14. Jeffrey D. Ritualisation et régulation des émotions / Denis Jeffrey // *Sociétés*. – 2011. – N 114. – P. 23–32.
15. Kádár D. Z. Politeness, Impoliteness and Ritual: Maintaining the Moral Order in Interpersonal Interaction / Dániel Z. Kádár. – Cambridge: Cambridge University Press, 2017. – 262 p.
16. Kádár D. Z. Relational Rituals and Communication. Ritual Interaction in Groups / Dániel Z. Kádár. – Palgrave Macmillan, 2013. – 224 p.
17. Locher M. Politeness Theory and Relational Work / Miriam Locher, Richard J. Watts // *Journal of Politeness Research*. – 2005. – N 1 (1). – P. 9–34.
18. Michaels A. Homo Ritualis. Hindu Ritual and Its Significance to Ritual Theory / Axel Michaels. – Oxford University Press, 2015. – 400 p.
19. Murphy M. Politeness in Intercultural e-mail Communication: Australian and Korean Perspectives / Margaret Murphy, Mike Levy // *Journal of Intercultural Communication*. – 2006. – N 12. – Режим доступу: <http://www.immi.se/intercultural/nr12/murphy.htm>.
20. Nekvapil J. Politeness in the Czech Republic: Distance, Levels of Expression, Management and Intercultural Contact / Jiří Nekvapil, Jiří V. Neustupný // In: *Politeness in Europe*. – Clevedon, England: Multilingual Matters, 2005. – P. 246–262.
21. Obana Y. The Sociological Significance of Politeness in English and Japanese Languages. Report from a Pilot Study / Obana, Yasuko and Tokako Tomoda // *Japanese Studies Bulletin*. – 1994. – N 14 (2). – P. 37–49.

22. Picard D. *Politesse, savoir-vivre et relations sociales* / Dominique Picard. – P.: PUF, 2014. – 128 p. – Режим доступу: <http://197.14.51.10:81/pmb/Que%20sais%20je/Communication/Politesse%20savoir-vivre%20et%20rela%20-%20Picard%20Dominique.pdf>.

23. Platvoet J. G. Ritual in Plural & Pluralist Societies: Instruments for Analysis / Jan G. Platvoet // In: *Pluralism & Identity: Studies in Ritual Behaviour*. – Leiden, etc.: Brill, 1995. – P. 25–51.

24. Schlund K. On Form and Function of Politeness Formulae / Katrin Schlund. – Режим доступу: https://www.researchgate.net/publication/264881733_On_form_and_function_of_politeness_formulae.

25. Sifianou M. *Politeness Phenomena in England and Greece: A Cross-Cultural Perspective* / Maria Sifianou. – Oxford: Clarendon Press, 1992. – 254 p.

26. Terkourafi M. Beyond the micro-level in politeness research / Marina Terkourafi // *Journal of Politeness Research*. – 2005. – N 1. – P. 237–262.

27. Watts R. J. *Politeness* / Richard J. Watts. – Cambridge: Cambridge University Press, 2003. – 318 p.

Надійшла до редколегії 30.10.17

O. Afanasyeva, Phd.

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine

RITUAL AND ITS CORRELATIONS WITH OTHER REGULATORY AND NORMATIVE COMMUNICATION FORMATS

The article is devoted to the study of the main correlations of the concept of ritual with other regulatory and normative concepts, particularly with politeness. An analysis of the principal provisions of modern ritual studies and their comparison with the traditional and the newest postulates of courtesy, the notions of etiquette, good manners, etc. made it possible to identify the main tendencies in the interpretation of these concepts as well as to determine the prospects for rhythocentric research of regulatory and normative communication formats.

Keywords: ritual, politeness, etiquette, routine, communicative behavior, interaction.

O. Афанасьева, канд. филол. наук, докторант

Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, Киев, Украина

РИТУАЛ И ЕГО КОРРЕЛЯЦИИ С ДРУГИМИ РЕГУЛЯТИВНО-НОРМИРУЮЩИМИ ФОРМАТАМИ КОММУНИКАЦИИ

Статья посвящена исследованию основных корреляций понятия ритуала с другими понятиями регулятивного и нормативного плана, прежде всего вежливости. Анализ основных положений современных исследований ритуала и их сопоставление с традиционными и новейшими постулатами теории вежливости, понятиями этикета, хороших манер позволило выявить основные тенденции в рассмотрении этих понятий и определить перспективы ритоцентрического исследования регулятивно-нормирующих форматов коммуникации.

Ключевые слова: ритуал, вежливость, этикет, рутин, коммуникативное поведение, интеракция.

УДК 81.111:81'42:82-94

Я. Бистров, д-р філол. наук, проф

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, Івано-Франківськ

МЕТОДОЛОГІЧНЕ ПІДґРУНТЯ ДОСЛІДЖЕННЯ НАРАТИВУ В КОГНІТИВНО-ДИСКУРСИВНІЙ ПАРАДИГМІ ЛІНГВІСТИКИ

Окреслено аспекти дослідження оповідного тексту в контексті лінгвофілософських підходів дослідження, наративу в когнітивно-дискурсивній парадигмі лінгвістики. На матеріалі англomовного біографічного наративу схарактеризовано феноменологічні, герменевтичні, постструктуралістські й синергетичні засади дослідження у світлі лінгвокогнітивного підходу в лінгвістиці наративу.

Ключові слова: наратив, когнітивна лінгвістика, когнітивна макроструктура наративу, феноменологія, герменевтика, постструктуралізм, синергетика.

Назву нової галузі лінгвістики тексту, яка передбачає вивчення лінгвістичного аспекту організації оповідного тексту, зокрема "особливостей використання та інтерпретації мовних елементів у наративі", було запропоновано ще в 1995 р. О. В. Падучевою [9]. З іншого боку, зміщення уваги когнітологів до аналізу відношень "текст – читач" дало початок не тільки переосмисленню поняття "наратив" як складника літературознавчої парадигми текстового аналізу і викликало їхнє зацікавлення до вивчення діяльності читача в "лінгвістичному конструюванні повсякденного життя" [11, с. 57].

Причиною перегляду парадигми мовознавчої науки, зокрема в частині аналізу художнього тексту, послужило становлення лінгвістики наративу як окремої філологічної галузі (пор.: наратологія вивчає наратив з теоретико-літературознавчих позицій). Статус наративу як когнітивної макроструктури й інструменту пізнання навколишнього світу, відображення в ньому життєвого досвіду людини, поступово отримує широке визнання як об'єкт аналізу в когнітивній лінгвістиці.

Осмислення канонічної (ідеалізованої) структури оповіді як репрезентації послідовності хронологічно організованих і причинно поєднаних подій, а також статусу наратива й адресата, служило об'єктом численних досліджень у сучасній наратології (М. Баль, Ж. Женетт,

В. Лабов, Дж. Принс, М. Тулан). Визначення наративу, які побутують у сучасному літературознавстві, указують на наратив як особливий рід сюжетно-оповідного дискурсу з акцентом на його подієвості, тобто на дії, яка відбувається у певній ситуації із урахуванням певних чинників, як-от: інформування, привернення уваги, розважання, переконування тощо (Ж. Женетт, В. Шмід).

Діапазон вивчення наративної функції тексту поступово розширився за рахунок установлення фундаментальних принципів розповідання як когнітивної діяльності, до якої залучений читач у частині осмислення, запам'ятовування і структурування наративу на емпіричному рівні пізнання у вигляді стереотипних схем і фреймів (Р. Абельсон, Р. Богранд, П. Верт, Д. Герман, Т. А. ван Дейк, Дж. Мандлер, М. Флудернік). Когнітивні моделі текстотворення, конститuentами яких можуть виступати час і місце дії, тема, зміст, подія, формують когнітивну макроструктуру оповідного тексту. Критичний огляд засадничих парадигм посткласичної наратології та аналіз її сучасного стану із позицій літературознавства, лінгвопоетики й когнітивної лінгвістики знаходимо і у новітніх працях українських філологів (Я. Бистров, І. Папуша, Р. Савчук).

Проблематика сучасних наратологічних студій свідчить про подальші розвідки у царині лінгвістичної теорії

нарративу й пошуки відповідних механізмів моделювання оповідної реальності із позицій когнітивної лінгвістики.

Метою цієї статті є висвітлення проблематики досліджень оповідного тексту в контексті лінгвофілософських підходів, які становлять методологічні засади дослідження нарративу в лінгвістичній когнітивно-дискурсивній парадигмі знання.

Методологічним підґрунтям лінгвістики нарративу стала філософія XIX–XX ст., а загальнофілософські настанови феноменології, герменевтики, постструктуралізму й синергетики екстраполювалися на її становлення і розвиток.

Феноменологічне підґрунтя дослідження. Німецький філософ Е. Гуссерль, який вважається засновником феноменології як нової філософської дисципліни, сформулював основне завдання процесу пізнання: за допомогою методу феноменологічної редукції дослідити структури (форми) свідомості, які первісно властиві їй, а також явища, які в ній відбуваються.

Однак загальнофілософські феноменологічні ідеї, які можна застосувати як методологічне підґрунтя для дослідження нарративу, пов'язані з іменем польського естетика Р. Інґардена. Згідно з його теорією, у сприйнятті дійсності (гармонії барв, звуків голосу, ритму тощо) необхідним постає досвід людини, де концентрацію уваги викликає якась попередня емоція, яка й дає поштовх розвитку процесу естетичного переживання. Відтак, між попередньою емоцією і естетичним переживанням вибудовуються певні сходинки у формі фаз естетичного переживання, у формі образів вищого і нижчого порядку [7, с. 123].

Такими "сходинками" у нарративі служать події життя зображуваного біографічного суб'єкта, які його свідомість особливим способом фіксації (крізь призму уявлень і спогадів) відображає в певній послідовності:

I've recounted the "incidents" in sequential order. Lunar Park follows these events in a fairly straightforward manner, and though, this is, ostensibly, a true story, no research was involved in the writing of this book.

<...> Regardless of how horrible the events described here might seem, there's one thing you must remember as you hold this book in your hands: all of it really happened, every word is true (Ellis, LP, 39–40).

Тут наратор-суб'єкт прагне передати свій внутрішній стан (реалізація інтенціональності як якості будь-якого акту свідомості у феноменологічній філософії) і наполягає не на потребі вивчення послідовності подій своєї життєвої історії, а на зображенні емоційного стану свідомості від пережитих подій (реалізація феномена травми).

Ідея *інтенціональності* як наріжного поняття феноменології уможливило аналіз способів сприйняття читачем літературного тексту, що підтверджує тезу про те, що не тільки мова як когнітивна здатність людини відіграє велику роль у цьому процесі. Як зазначає П. Вердонк, "до когнітивної функції осмислення додаються й інші функції: досвід, уява, навчання, пам'ять, сприйняття, увага, емоції, здоровий глузд і вирішення проблем, тобто те, що свідчить про *експерієнційний* (виділено нами. – Я. Б.) характер когнітивної лінгвістики" [17, с. 235].

З іншого боку, згідно з доктриною феноменології, яка вивчає структури свідомості та їхні вияви, людський досвід починається із усвідомлення себе як тіла, яке розміщене у просторі. Утілена природа людської свідомості відображена в мові за допомогою сукупності метафор, які конкретизують абстрактні поняття в термінах рухомих тіл, розташованих у просторі. Тому такі лексеми, як "вгорі", "внизу", "уперед", "назад", "високо", "низько", організовують дейктичний простір тексту, де тіло є точкою референції. Зважаючи на вертикальне

розміщення тіла людини, його верхню частину і нижню частину, дейтики *up* і *down* стають найпродуктивнішими корелятивними доменами орієнтаційних метафор, як-от: ЩАСТЯ – ВГОРІ, СУМ – ВНИЗУ, БІЛЬШЕ – ВГОРІ, МЕНШЕ – ВНИЗУ тощо.

Герменевтичне підґрунтя дослідження. Теоретичну модель, яка ефективно втілювалась у філологічних контекстах, включаючи сучасну ментально-орієнтовану "універсальну" наратологію, було запропоновано представниками російського формалізму (Р. Якобсон, Б. Ейхенбаум, В. Шкловський). Такі базові поняття, як розрізнення фабули/сюжету, хронотоп, діалог, точка зору, композиція, були сформовані у школі російського формалізму і ширше, – у російській лінгвофілософській традиції. Однак історико-культурний контекст суттєво вплинув на долю наратології, яка сьогодні бурхливо розвивається в Європі та Америці. Водночас з'явилась потреба переосмислення дослідницьких перспектив і значних досягнень західних наратологів, зокрема, представників французького структуралізму – Р. Барта, Ж. Женетта, Ж. Курте, Ц. Тодорова.

Наголос на проблемі інтерпретації наблизив структуралізм до герменевтики, а разом із розробкою процедури тлумачення і поняттям "текст-інтерпретація" у науковий ужиток увійшли терміни "герменевтична феноменологія" і "герменевтичний структуралізм" (Ф. Шлейєрмахер, М. Гайдеґґер, Г.-Г. Гадамер), які також вплинули на становлення антропоцентричного підходу до аналізу тексту. В основі їхньої концепції особлива роль відводилася позиції інтерпретатора, яка є цілком свідомою, оскільки саме свідомість допомагає йому повністю відтворити твір (насамперед, культурно-історичний текст) через аналіз його окремих частин.

Герменевтичний структуралізм наполягає на розумінні художнього твору як тексту, який потребує його прочитання реципієнтом (наратором або наратором). Зважаючи на поліфонічність прочитання твору і з метою уникнення інтерпретаційного хаосу, структуралістами було введено термін "трансактивна парадигма", яка поєднує наратора і текст крізь призму його осмислення та сприйняття.

За останні два десятиліття розвиток сучасної наратології значною мірою збагатився "застосуванням лінгвістичних парадигм XX століття – структуралізму (класична наратологія), генеративної лінгвістики (граматика тексту) і теперішнім станом когнітивної лінгвістики (когнітивна наратологія)" [12, с. 47–48]. М. Лошніг у статті "Посткласична наратологія і теорія автобіографії" звертається до аналізу наратологічної моделі досвіду М. Флудернік, яка, розхитуючи структуралістське розуміння нарративу (напр., відстоюючи відсутність сюжету взагалі), одна із перших звертається до дослідження когнітивних основ нарративу. Відтак когнітивною одиницею для осмислення нарративу постає емпіричний досвід (*experientiality*) суб'єкта або "індивідуалізоване передавання досвіду, відображеного в свідомості людини" [15, с. 259], а також когнітивні структури або ментальні репрезентації як джерела інтерпретації нарративу. У нашому випадку врахування ролі експерієнсера чи суб'єкта стає необхідною передумовою для аналізу його життєвого досвіду із позицій лінгвокогнітивного підходу.

Точка зору М. Флудернік перегукується із експерієнційним (стосовно суб'єкта) підходом у когнітивній семантиці М. Джонсона [14, с. 209], де знання людини розглядаються під кутом зору структур контекстного (втіленого) осмислення (*embodied understanding*) і стосуються різного роду інтеракцій людського організму з оточенням (сюди належать мова, культурні традиції, цінності, інституції та історія суспільства).

У межах нашого дослідження кожній наративній ситуації у свідомості нарататора відповідає окремий ментальний простір. Модель наративної ситуації визначається за формулою *X tells R that Y sees that Z does* [13, с. 443], де включення адресата у внутрішню структуру наративу свідчить, найперше, про когнітивно-наратологічну спробу відобразити динаміку прочитання наративу як когнітивної практики. Адресат у статті визначається як невід'ємний складник наративу, основа для діалогу автора й гіпотетичного читача крізь призму наративу, "як можливий або реальний учасник такого діалогу" [4, с. 12].

Застосовуючи філософію М. Гайдеггера і Г.-Г. Гадамера, французький філософ П. Рікер розвинув герменевтику (теорію інтерпретації) як загальнометодологічний підхід в гуманітарних науках, поєднуючи феноменологічний опис із герменевтичною інтерпретацією. У нашій статті біографічний наратив як дискретна оповідна структура головним чином використовується для опису вторинної (фікціональної) реальності, у якій превалюють біографічні цитації, ремінісценції та інтертексти. Однак до інших властивостей наративу уналежнюємо й упорядкованість зображених подій та явищ у певній послідовності. При цьому П. Рікер указує на початкові та кінцеві пункти подій, які відбуваються з людиною чи поза її діями, справами і переживаннями, на наслідки дій та явищ, на цілі або результати, згідно з якими "відбираються факти", які цьому передують [16, с. 286], оскільки через світ художньої реальності "ми поступово осягаємо дійсність у дії" [16, с. 286].

Постструктуралістське і синергетичне підґрунтя дослідження. На розвиток сучасної лінгвістики і лінгвістики тексту в загальнокультурному контексті значно впливає постнекласична наука, для якої характерним є відмова від уявлення про світ як про ригідний універсум, де немає місця хаосу, нестійкості, нелінійності, невизначеності й визнання постійно змінної, багатоваріантної та нескінченно складної дійсності. У філософії цей напрям отримав назву постструктуралізму (Р. Барт, Ж. Делез, Ж. Дерріда, М. Фуко), який заклав основи ідеології постмодернізму і вважається першим етапом його розвитку. Так, прискіплива увага представників постструктуралізму до феномену наративної ідентичності особистості призвела до "трансформації методологічних принципів постструктуралізму, їхнього розширення до меж системності, нелінійної динаміки, автопоезису та самоорганізації" [10, с. 4], які почали враховувати синергетичні концепції і, відтак, синергетичний вектор пізнання цієї проблеми.

Якщо модернізм прагне пролити світло на "темні плями" у біографії особистості шляхом надання достовірних фактів і подій, то постмодернізм просто руйнує такі обмеження й перепони на шляху до істини, яка є тільки умовною та можливою. Наприклад, постмодерністська концепція "смерті автора" Р. Барта заперечує суверенну суб'єктивність особистості і стверджує, що авторська свідомість розчиняється в тексті [1, с. 358], чим зумовлюється варіантність тлумачень оповідного тексту тими, хто може його інтерпретувати. У поданому нижче фрагменті наратор, якому доручено вести біографічну оповідь про Шекспіра, дозволяє собі доволі вільну інтерпретацію, виправдовуючись перед читачем за подекуди далеко від реальності зображення історії життя біографічного суб'єкта, де процес нарації уподібнюється до гри на сцені:

I am a player – which is to say, a man speaking words that are never his own, an actor of word-works, talking because he is on stage and it is demanded that he should

talk, and because he is afraid of the dark and the silence that will fall with final curtain (Nye, LMS, 192).

У рамках постмодерністського текстотворення однією зі стильових домінант виступає карнавалізація як гра різноманітних масок, спрямована на розкриття багатогранного образу біографічного суб'єкта. На думку Н. В. Кондратенко, у художньому мовленні некласичної парадигми карнавалізація представлена на синтаксичному рівні мови такими формами вияву, як полікодовість і поліфонія [8, с. 62].

Полістилістичність як вияв полікодовості зумовлена насамперед авторською настановою на карнавалізацію біографічного наративу. Наприклад, поєднання художнього і фрагментів наукового стилів є поширеним типом стилістичної контамінації у художньому тексті:

As 1994 ended my life became lurid. *Lurid*, according to the condensed epic poem of the Fowlers' article in the COD, means:

1) ghastly, wan, glaring, unnatural, stormy, terrible, in colour or combination of colours or lights (of complexion, landscape, sky, lightning, thunder-clouds, smoky flame, glance, etc.) <...> (Amis, EM, 203) (курсив і напівжирний шрифт в оригіналі. – Я. Б.).

Ще одним мовним засобом карнавалізації як свідчення полікодовості тексту може бути недотримання орфографічних і структурно-графічних норм оформлення тексту. Наприклад, пропуски розділових знаків чи зміна шрифтів для передавання прямого й чужого мовлення у наведеному нижче фрагменті налаштовують на щемливу картину зображення останніх хвилин життя та емоційного стану персонажа у щоденнику наратора, як-от:

30/11/1900

He is becoming delirious now but I will write it down for his words have always been wonderful for me

It has been a hot summer has it not I tried to get a cab this morning but he said it was too far out. You know, when the found the body of Christ I cannot follow what he is saying here

and then once more I shall be lord of language and lord of life, do you agree, mother? *he is laughing* I knew I should create a great sensation *no more now* (Ackroyd, LTOW, 185) (курсив в оригіналі – Я. Б.).

Поліфонія, яка є виявом карнавалізації в наративі, реалізується у створенні автором (наратором) мовленнєвих масок як різних способів репрезентації образу персонажа. Орієнтуючи оповідь на точне відтворення біографічних фактів, П. Акройд у романі "The Last Testament of Oscar Wilde" застосовує прийом стилізації, за яким відбувається імітація стилю і манер Оскара Вайльда, наповнення роману цитатами із його п'єс і листів, а також покликаннями на інші літературні джерела. Наприклад, мовленнєва маска імітатора, що починає перевтілення автора в іншого суб'єкта, виявляється у стиранні меж між мовленнєвою позицією автора і голосом зображеного суб'єкта, адже діяльність їх обох пов'язана із літературною творчістю:

The whole course of my former life was a kind of madness also, I see that now. I tried to turn my life into a work of art. It was as if I had constructed a basilica upon a martyr's tomb – but, unfortunately, there were to be no miracles. I did not realise that then, for the secret of my success was that I believed absolutely in my own pre-eminence (Ackroyd, LTOW, 3).

Синергетика, яка становить методологічне підґрунтя нашого дослідження, вивчає проблеми міждисциплінарного діалогу наук, виявляючи особливості течій сучасного гуманітарного знання і зіставляючи їх із науковими точками зору (для прикладу, теорію хаосу чи теорію фракталів).

Синергетика є тим утворенням, яке декларує принцип, за яким стан хаосу стає нормою розвитку процесу, де система вибирає різні варіанти ритмоподібності, самоорганізації й зупиняється на оптимальному рішенні [3, с. 22]. Нова наукова парадигма, яка загалом заперечує факт лінійності й суворо детермінованої організації середовища, пов'язана найперше із нелінійною динамікою, зокрема, із теорією фракталів, у якій хаос визначається не як дестабілізуючий чинник, що знаходиться поза системою, а навпаки – усередині неї, а також як необхідний чинник саморозвитку системи, який поєднує упорядкованість і нестабільність в єдине ціле.

Проблема самоорганізації тексту, яка насамперед лежить у площині його осмислення і сприйняття, полягає не лише у визнанні метафоричності уживання поняття "самоорганізація тексту", а й у поясненні механізмів внутрішньої самоорганізації цього складного об'єкта, узгодженої взаємодії компонентів цієї системи – цілого і його частин, де частини повторюють ціле в різних трансформаціях. Одразу зауважимо, що аналізові підлягає власне енергетичний потенціал тексту, тобто взаємодія "енергій" тексту та "енергій" його осмислення реципієнтом, адже внутрішня самоорганізація об'єкта (тексту) регулюється процесом його створення автором і процесом його осмислення реципієнтом. У такому тлумаченні відбувається процес змикання людської когніції із синергетичним світобаченням.

Ілюструючи постмодерністські концепції в їхньому відношенні до оповідного тексту, не можна не згадати про ризому (франц. *rhizome* – кореневище), термін, що запозичений філософами з ботаніки і уведений Ж. Дельозом і Ф. Гваттарі у книзі "Ризом" (1976) для характеристики сучасної постмодерністської естетики, і відповідно, для аналізу постмодерністських текстів. Цей принцип є утіленням нового типу естетичних зв'язків – нелінійних, хаотичних, безструктурних, неієрархічних, множинних, заплутаних. Ризому визначають як альтернативну модель, "яка не припиняє множитися і заглиблюватися, а також як процес, який не припиняє продовжуватися, розвиватися і відновлюватися" [5, с. 16]. Наприклад, автори "Енциклопедії постмодернізму" узагальнюють шість характерних принципів ризому, на відміну від моделі дерева, підкреслюючи їхню ацентричність і відсутність ієрархічної будови: зв'язок, неоднорідність, множинність, "детериторизація" структур, картографія, декалькоманія [6, с. 362]. Ризомна траєкторія фрактальності служить способом організації постмодерністського тексту, де має місце поліцентричність, а відсутня симетрія, упорядкованість і логічність викладу [2, с. 4].

Отже, у процесі осягнення феномена біографічного суб'єкта нарративу і сучасних підходів до аналізу нарративного тексту загалом спостерігається тенденція до органічного поєднання філософської, гуманітарної та природничо-наукової методологій. Визнання нарративу, зокрема біографічного, як типу тексту орієнтує на визначення чітких текстуальних критеріїв, за якими досліджуються вербальні (лінгвальні) аспекти оповідного тексту в світлі

лінгвокогнітивного підходу. Наратологія, здобувши своє теоретичне обґрунтування насамперед у царині літературознавчих студій, без сумніву поширила свій вплив на лінгвістику тексту й розвиток мовознавства, зокрема, когнітивну лінгвістику. Подальші розробки в цьому напрямі дають змогу сформулювати принципи побудови інваріантної когнітивної макроструктури нарративу.

Список використаних джерел:

1. Барт Р. Семиотика. Поезія : Избранные работы / Ролан Барт. – М. : Прогресс-Универсус, 1994. – 616 с.
2. Бартосяк М. Застосування теорії хаосу в літературознавчих дослідженнях / М. Бартосяк // Література. Теорія. Методологія ; пер. з польськ. С. Яковенка ; упоряд. і наук. ред. Д. Уліцької. – К. : Вид. дім "Києво-Могилянська академія", 2006. – С. 447–469.
3. Бутов В. Н. О некоторых проблемах синергетического анализа / В. Н. Бутов // Вісн. Запорізьк. нац. ун-ту. – 2008. – № 2. – С. 19–23.
4. Воробьева О. П. Текстовые категории и фактор адресата : моногр. / Ольга Петровна Воробьева. – К. : Вища шк., 1993. – 200 с.
5. Делез Ж. Тысяча плато: Капитализм и шизофрения / Жиль Делез, Феликс Гваттари. – Екатеринбург : У-Фактория ; М. : Астрель, 2010. – 895 с.
6. Энциклопедия постмодернизму / за ред. Ч. Винквиста та В. Тейлора ; пер. з англ. В. Шовкун ; наук. ред. пер. О. Шевченко. – К. : Вид-во Солюмії Павличко "Основи", 2003. – 503 с.
7. Ингарден Р. Исследования по эстетике / Роман Ингарден ; пер. с польск. А. Ермилова и Б. Федорова. – М. : Изд-во Иностран. литературы, 1962. – 570 с.
8. Кондратенко Н. В. Карнавалізація як вияв мовної гри в художньому дискурсі / Н. В. Кондратенко // Лінгвістичні дослідження : зб. наук. пр. Харків. нац. пед. ун-ту ім. Г. С. Сковороди. – Х., 2012. – Вип. 33. – С. 61–65.
9. Падучева Е. В. Семантические исследования (Семантика времени и вида в русском языке. Семантика нарратива) / Елена Викторовна Падучева. – М. : Языки русской культуры, 1996. – 464 с.
10. Самчук О. О. Нарративна ідентичність особистості (історико-філософський аналіз) : автореф. дис. ... канд. філос. наук : спец. 09.00.05 "Історія філософії" / О. О. Самчук. – К., 2011. – 18 с.
11. Троцук І. В. Нарратив як междисциплинарный методологический конструкт / І. В. Троцук // Вестн. РУДН. Серия : Социология. – 2004. – № 6–7. – С. 56–74.
12. Fludernik M. Histories of Narrative Theory (II) : From Structuralism to the Present / M. Fludernik // A Companion to Narrative Theory ; J. Phelan and P. Rabinowitz, eds. – Oxford : Blackwell Publishing, 2005. – P. 38–48.
13. Jahn M. Frames, Preferences, and the Reading of Third-Person Narratives : Towards a Cognitive Narratology / M. Jahn // Poetics Today. – 1997. – Vol. 18, No. 4. – P. 441–467.
14. Johnson M. The Body in The Mind : The Bodily Basis of Meaning, Imagination, and Reason / Mark Johnson. – Chicago : University of Chicago Press, 1990. – 272 p.
15. Löschnigg M. Postclassical Narratology and the Theory of Autobiography / M. Löschnigg // Postclassical Narratology. Approaches and Analyses ; J. Alber and M. Fludernik, eds. – Columbus : The Ohio State University Press, 2010. – P. 255–274.
16. Ricoeur P. Hermeneutics and Human Science : Essays on Language, Action and Interpretation / Paul Ricoeur ; J. B. Thompson, ed., transl. – Cambridge : Cambridge University Press, 1981. – 314 p.
17. Verdonk P. Painting, Poetry, Parallelism : Ekphrasis, Stylistics and Cognitive Poetics / P. Verdonk // Language and Literature. – 2005. – No. 14(3). – P. 231–244.
18. Ackroyd, LTOW : Ackroyd P. The Last Testament of Oscar Wilde / Peter Ackroyd. – London : Abacus, 1991. – 185 p.
19. Amis, EM : Amis M. Experience : A Memoir / Martin Amis. – New York : Hyperion, 2000. – 403 p.
20. Ellis, LP : Ellis B. E. Lunar Park / Bret Easton Ellis. – New York : Vintage Contemporaries, 2006. – 400 p.
21. Nye, LMS : Nye R. The Late Mr. Shakespeare / Robert Nye. – New York : Penguin Books, 1998. – 399 p.

Надійшла до редколегії 30.10.17

Ya. Bystrov, DrSci, prof.

Vasyl Stefanyk Precarpathian University, Ivano-Frankivsk, Ukraine

METHODOLOGICAL BASIS OF THE STUDY OF THE NARRATIVE IN THE COGNITIVE AND DISCOURSE PARADIGM OF LINGUISTIC KNOWLEDGE

The article deals with the study of the narrative within the framework of linguophilosophical approaches that make up the methodological basis of this research through the prism of the cognitive and discourse paradigm of linguistic knowledge. Phenomenological, hermeneutic, post-structural, and synergetic foundations of the research in the light of a cognitive linguistics perspective are studied on the basis of English-language biographical narrative.

Key words: narrative, cognitive linguistics, cognitive macrostructure of the narrative, phenomenology, hermeneutics, post-structuralism, synergetics.

Я. Быстров, д-р филол. наук, проф.

Прикарпатский национальный университет имени Василия Стефаника, Ивано-Франковск, Украина

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ НАРРАТИВА В КОГНИТИВНО-ДИСКУРСИВНОЙ ПАРАДИГМЕ ЛИНГВИСТИКИ

Рассматриваются аспекты изучения нарратива в контексте лингвофилософских подходов, составляющих методологические основы исследования в когнитивно-дискурсивной парадигме лингвистики. На материале англоязычного биографического нарратива анализируются феноменологические, герменевтические, постструктуралистские и синергетические основы исследования в свете лингвокогнитивного подхода в лингвистике нарратива.

Ключевые слова: нарратив, когнитивная лингвистика, когнитивная макроструктура нарратива, феноменология, герменевтика, постструктурализм, синергетика.

УДК 81'27'42.7:003

Т. Бурмістенко, канд. філол. наук, доц.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ

УПРАВЛІНСЬКИЙ ДИСКУРС У СИСТЕМІ КОМУНІКАЦІЇ ФРАНКОМОВНОГО СУСПІЛЬСТВА

Розглянуто основні ознаки й атрибути франкомовного управлінського дискурсу в системі комунікативних відносин держави і суспільства. Подано аналіз лінгвістичних особливостей управлінського дискурсу. Автор стверджує, що управлінський дискурс має певну кількість інституціональних особливостей у системі відносин франкомовного суспільства та є соціальною інформаційно-ковою технологією комунікації. Розглянуто різні підходи дослідження феномена "влада" у франкомовному соціокультурному просторі, у тому числі медійному, а також приклади його реалізації як управлінського дискурсу. Проаналізовано форми самоорганізації управлінського дискурсу, описано способи і комунікативні умови функціонування влади в різних соціальних інститутах. Звернено увагу на характер впливу інституційних структур на поведінку суб'єктів, насамперед, на макрорівні.

Ключові слова: управлінський дискурс, засоби управлінської комунікації, інституційний характер, інформаційно-кова технологія, директивна функція, соціокультурний простір.

Управлінський дискурс як технологія традиційно реалізує себе головним чином у сфері офіційно-ділових відносин, але в останні десятиліття розширює межі та види своєї репрезентації. Розуміння управлінського дискурсу як технології комунікації забезпечує ефективність управління, нівелюючи протиставлення інтересів окремих груп усередині соціуму.

У рамках поданого дослідження ми спираємося на Н. Д. Арутюнову, яка розуміє дискурс "як зв'язний текст у сукупності з усіма екстралінгвістичними (прагматичними, соціокультурними, психологічними) й іншими факторами, як "мовлення, занурене в життя" [1, с. 136–137], тобто мовлення, що має безпосередні зв'язки із "живим життям" і розглянуте як цілеспрямована соціальна дія, як компонент, що бере участь у взаємодії людей і механізмів їхньої свідомості (тобто, когнітивних процесах). Як підкреслює А. П. Чудинов, "перевага такого підходу в тому, що дискурс не обмежується рамками саме тексту, а включає також соціальний контекст комунікації, що характеризує її учасників, процеси продукування та сприйняття мовлення з урахуванням фонових знань" [12, с. 143].

При вивченні дискурсу на перший план висувається проблема, пов'язана із його класифікацією. Розглядаючи дане питання із позиції соціолінгвістики, В. І. Карасик вважає за можливе виділити два типи дискурсу: індивідуально-орієнтований (особистісний) і статусно-орієнтований. Індивідуально-орієнтований дискурс проявляється в таких основних сферах спілкування, як побутова й буттєва, при цьому побутове (повсякденне) спілкування є генетично вихідним типом дискурсу, а буттєве спілкування виражається у вигляді художнього, філософського, міфологічного діалогу. У свою чергу, статусно-орієнтований дискурс може мати інституціональний і неінституціональний характер, залежно від того, які суспільні інститути функціонують у соціумі в конкретний історичний проміжок часу. Так, наприклад, у сучасному суспільстві можна виділити науковий, політичний, релігійний, педагогічний, медичний, військовий, юридичний,

дипломатичний, діловий, рекламний, спортивний та інші типи інституціонального дискурсу [6, с. 199].

Управлінський дискурс – це складна структура, яка об'єднує його інституціональні та когнітивно-лінгвістичні компоненти, що відрізняють його від усіх інших типів дискурсу. Управлінський дискурс – це процес творчого проходження норми, яка диктується й пізнається через складну та багатомірну "професійну" картину світу, базисні поняття управлінської культури, професійно спрямовані ідеї й концепти, норми інституціональної та міжособистісної поведінки, які детермінують ділове спілкування, ціннісні орієнтири, схеми, фрейми стереотипних ситуацій, формули. Усі ці знання вербалізуються в текстах професійної спрямованості на лінгвокогнітивному рівні [7].

Управлінський дискурс є цілеспрямованою статусно-рольовою мовною діяльністю людей, загальною рисою яких є ділові відносини (виробництво товарів, фінансування цього виробництва, надання грошових позик, торгівля, страхування, комерція, продаж продукції й різних послуг, такі, як бухгалтерський облік, розподіл і ремонт товарів, покупка, продаж товарів або послуг, попередні переговори із цих видів ділових відносин) організації, що охоплюють не тільки ці структури у середині, але й зовнішні зв'язки між ними, а також комунікацію між організаціями й окремими індивідами, які базуються на нормах і правилах спілкування, прийнятих у діловому співтоваристві. Серед особливостей управлінського дискурсу можна назвати стабільність, традиційність і стандартизованість, тому що сферою його застосування є ділові відносини між людьми й установами.

Вважається, що істотною характеристикою, яка визначає специфіку управлінського дискурсу, є обмеження кола суб'єктів і цілей такого спілкування – цей дискурс обмежений рамками професійної діяльності фахівців і вводиться для досягнення взаємовигідної угоди з обговореного ділового питання [9].

На відміну від інших типів дискурсу, наприклад, наукового, характерною рисою якого є принципова рівність усіх учасників наукового спілкування, в управлінському дискурсі керівник (агент) завжди "має монополію на

істину" [6]. Така позиція змушує людей, які спілкуються з ним, ставитися до нього з повагою. Якщо серед учених прийняте поважне звертання "колега", що нейтралізує всі статусні ознаки, то керівники різних рівнів відрізняються своїм прагненням установити різні бар'єри для сторонніх, демонструючи своє переважне становище. Тому діада "агент – клієнт", яка використовується для опису учасників різних видів інституціонального дискурсу, в управлінському дискурсі проявляється особливо яскраво.

Слідом за В.І. Карасиком, що запропонував певну компонентну структуру різних інституціональних дискурсів [6, с. 132], ми вважаємо, що управлінський дискурс має цілий ряд ознак інституціональності: 1) типові учасники; 2) хронотоп; 3) цілі; 4) цінності; 5) стратегії; 6) різновиди й жанри, а також 7) дискурсивні формули. З огляду на це, управлінський дискурс можна охарактеризувати в такий спосіб.

По-перше, основними учасниками управлінського дискурсу є представники певного інституту (активний виробник дій – адресант), наприклад, керівники різних ланок комерційної компанії, і люди, що звертаються до них (об'єкт впливу – адресат), наприклад, підпорядковані представники інших компаній, постачальники, клієнти, конкуренти і т. п. Між адресантом і адресатом існує суб'єктно-адресатні відносини: директива, наказ, розпорядження, команди, що визначаються статусами й ієрархією по службових сходах. Учасники управлінського дискурсу відрізняються своїми якостями та встановленою (прописаною) поведінкою. Причому ключова позиція приділяється саме адресантові.

По-друге, просторово-тимчасова організація (хронотоп) управлінського дискурсу – це оточення, типове для сучасного ділового спілкування. Це може бути усний діалог або монолог, для яких прототипним є робоче місце керівника (кабінет, офіс), конференц-зал, виробничий майданчик. Спілкування може відбуватися не тільки за допомогою усної комунікації (переговори, наради), але й письмової (e-mail, накази, статuti, розпорядження, переписка з постачальниками та клієнтами). Час може бути як фіксованим (щоденні, щотижневі наради), так і довільним (зустріч зі співробітниками компанії для розв'язання нагальної проблеми). Можна припустити, що структура управлінського дискурсу має довільний характер і є результатом, напрацьованим у певних інституціональних умовах соціальної та професійної практики управлінської діяльності.

По-третє, мета управлінського дискурсу відповідає його основній – *директивній* – функції (вимога, спонування до дії в інтересах адресанта – накази, положення, статuti й ін.). У зв'язку із цим необхідно визначити, що управлінському дискурсу властиві такі якості, як догматичність, категоричність / безапеляційність, стверджуючий, але не описово-оповідальний характер мовлення. Управлінський дискурс передбачає, що люди (підпорядковані, партнери по бізнесу, клієнти) мають працювати. На досягнення цієї мети "працюють" мовні засоби, які спонукають до кращої роботи або окреслюють нові цілі для досягнення (іменники – *stratégie, outil, démarche, engagement, mobilisation, bonnes pratiques, performance, suivi, capacité, évaluation, équipe, visibilité, progrès*; дієслова – *améliorer, concrétiser, structurer, piloter, adapter, réorganiser, consolider, progresser*, etc.).

По-четверте, базові цінності управлінського дискурсу – це сукупність того, що являє найбільшу значущість для керівника будь-якого рівня й обумовлює мету даного дискурсу. Цінності управлінського дискурсу сконцентровані в його основних концептах (визначення проблеми, план розв'язання проблеми, призначення відпо-

відальних за виконання, фінансова підтримка). Вони зводяться до визнання існування професійно-значущих проблем, необхідності довести їхню об'єктивність, до знаходження способів їх розв'язання, до пропозицій щодо найефективнішого вирішення цих проблем.

Так, цінності, за визначенням В. І. Карасика, можуть бути "відкритими", підкресленими (виділеними), і "схованими", які потребують доведення (підтвердження)", що існують у рамках, наприклад, наукового дискурсу (істина, знання, дослідження) [6, с. 223, 231]. Отже, можна стверджувати, що суть управлінського дискурсу полягає у використанні всіх вищезгаданих способів затвердження цінностей (що, у свою чергу, залежить від комунікативних стратегій, застосовуваних у конкретній ситуації для максимального впливу на адресата).

По-п'яте, стратегії управлінського дискурсу визначаються його приватними цілями [6]. В управлінні стратегії схожі зі стратегіями наукового дискурсу: 1) виділити проблему, 2) проаналізувати історію питання, 3) сформулювати мету й завдання, 4) скласти чіткий план розв'язання проблеми, 5) дати оцінку діям, 6) викласти результати проведених заходів, 7) прокоментувати й обговорити отримані результати, 8) викласти отримані результати у вигляді звітів.

На думку дослідника О. С. Іссерс, основна стратегія – це та, "яка на даному етапі комунікативної взаємодії є найсуттєвішою з погляду ієрархії мотивів і цілей. Допоміжні стратегії сприяють ефективній організації діалогової взаємодії, оптимальному впливу на адресата" [5, с. 106]. Тому необхідно зазначити, що стратегії дискурсу є орієнтирами для формування дій при розв'язанні тієї або іншої проблеми. Прийняття будь-якого управлінського рішення повинне використовувати перераховані вище стратегії для успішного досягнення мети, що відображається в певній послідовності дій керівника.

По-шосте, стратегії управлінського дискурсу реалізуються в його жанрах. Жанр перестав бути тільки формою побудови спеціальних лексичних, фразеологічних і синтаксичних одиниць відповідно до типової композиції жанру. Будь-який текст, що являє той або інший жанр, реалізується в комунікативній ситуації, тому жанр необхідно розглядати як одиницю дискурсу, а не функціонального стилю. Офіційно-діловий стиль – система, що охоплює широкий масив мовних засобів, що обслуговує не тільки управлінський дискурс, але й інші види інституціонального спілкування: юридичний, політичний, дипломатичний. Поняття ж дискурсу поєднує мовні засоби в комбінації з умовами комунікації [10, с. 32].

Інтерактивний управлінський дискурс усе більш активно використовується як форма репрезентації владних ініціатив стосовно досягнення управлінських цілей і виявляється більш ефективним, ніж традиційний текстовий управлінський дискурс. Велика ефективність досягається за рахунок факторів і переваг, властивих усному спілкуванню, та, перш за все, за рахунок позитивного іміджу реально присутнього суб'єкта влади й потенційної можливості діалогу з ним. Важливу роль відіграє і форма подавання змісту, яка відрізняється демократичністю використаних мовних засобів, їх адекватністю щодо соціальних характеристик конкретної соціальної групи.

Дискурсивні формули управлінського дискурсу також містять особливі корпоративні норми управлінської етики, специфічні норми поведінки, пов'язані, наприклад, зі збереженням конфіденційності інформації про діяльність компанії, її співробітників. Не можна не зазначити добре розроблену у керівників систему ритуальних знаків, як наприклад, власний дресс-код.

Отже, подібно до будь-яких інших інституціональних типів дискурсу, *управлінський дискурс* будується "по

певному шаблону, але ступінь трафаретності різних типів і жанрів цього дискурсу різна" [6]. Хоча процес ухвалення управлінського рішення вимагає чіткого проходження певних правил і стратегій, у реальному житті прототипний порядок дискурсу часто порушується.

Прагматичний вплив управлінського дискурсу, опосередкований змістом і формою мови, може реалізуватися частково або взагалі не реалізуватися щодо якогось типу рецепторів сприйняття інформації. Таким чином, можна говорити, що висловлювання має прагматичний потенціал, який по-різному реалізується в конкретних актах комунікації. Аналіз змісту і форми тексту дозволяє визначити цей потенціал. Комунікація інформації та механізм оцінювання її значущості диктує і свою мову впливу на різних рецепторів, ідентифікуючи тим самим продукт управлінської діяльності та підтримуючи єдність цінностей у суспільстві.

У лінгвістичних дослідженнях можна виділити три базові підходи до аналізу дискурсивної комунікації: дескриптивний, критичний і когнітивний. Ці підходи відіграють особливу роль у формуванні теорії управлінського дискурсу, оскільки саме вони становлять семантичний аспект будь-якої комунікації. *Дескриптивний підхід* використовувався у класичній методиці риторичного аналізу публічних виступів, висвітлений у працях продавних ораторів (Арістотеля, Цицерона, Квінтіліана). Цей підхід містить, насамперед, аналіз мовної поведінки: мовних засобів, риторичних прийомів і маніпулятивних стратегій [W. Bergsdorf 1978, J. M. Atkinson 1984, A.M. Баранов 2004, П.Б. Паршин 1999]. Іншим напрямом дескриптивного підходу є аналіз змістової сторони текстів, тобто контент-аналіз, який, на думку Е.І. Шейгала, дозволяє виявити когнітивні диспозиції окремих особистостей – цінності, схильність до конфліктних ситуацій або співробітництва, характер причинно-наслідкових зв'язків у відповідних фрагментах картини світу [13, с. 23]. *Критичний підхід* розглядає мову як засіб влади й управлінського контролю [2, с. 312]. *Когнітивний підхід* належить до моделювання структури свідомості – формуванню когнітивної бази, розглядається як основний у сукупності із дискурсивним підходом.

На нашу думку, когнітивний підхід є найбільш релевантним для управлінського дискурсу, тому що дозволяє від опису одиниць і структур дискурсу перейти до моделювання структур свідомості учасників комунікації. Аналіз фреймів і слотів управлінського дискурсу, метафоричних моделей і стереотипів, що лежать в основі людських упереджень, дозволяє моделювати когнітивну базу управлінського дискурсу [3].

Управлінський дискурс являє собою специфічний спосіб мислення й орієнтований на досягнення характерних для нього цілей. На сьогодні в управлінському дискурсі з'явилося безліч інновацій, які вимагають глибокого лінгвістичного осмислення. Конститутив-

ною властивістю будь-якого типу управлінського дискурсу (статусно-орієнтованого або соціально-орієнтованого), а також його дискурсивних практик, жанрів і стилів є маніпулятивна репрезентація, яка тут утілюється в цілому спектрі аргументативно-маніпулятивних мовних технологій [10].

Уважаємо, що управлінський дискурс може бути описаний за допомогою комбінації метафоричних моделей, на тій підставі, що метафора є базовою когнітивною одиницею збереження інформації й відіграє істотну роль у породженні інтерпретації дискурсу. Аналіз метафоричного матеріалу дозволяє вивчити мовну свідомість менеджерів і особливості їх управлінського мислення.

Отже, на нашу думку, *управлінський дискурс є окремим жанром дискурсу з усіма ознаками інституціональності, який має просторові, часові та лінгвістичні ознаки, а також є способом передання когнітивного змісту та наміру, вкладеного адресантом адресатові через текст у його мовній реалізації й закладеним у ньому певних стратегій подавання інформації.*

Список використаних джерел:

1. Арутюнова Н.Д. Метафора и дискурс // Теория метафоры: сб. науч. трудов : пер. с англ., фр., нем., исп., польск. яз. / вступ. ст. и сост. Н. Д. Арутюновой; общ. ред. Н. Д. Арутюновой и М. А. Журиной. – М.: Прогресс, 1990. – С. 136–137.
2. Ван Дейк Т. А. Язык. Познание. Коммуникация : пер. с англ. / Т. А. Ван Дейк; сост. В. В. Петрова; под ред. В.И. Герасимова. – М.: Прогресс, 1989. – 312 с.
3. Дискурс іноземномовної комунікації : кол. моногр. / за заг. ред. К. Я. Кусько. – Львів, 2001. – 495 с.
4. Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен : кол. моногр. / за заг. ред. І. С. Шевченко. – Х.: Константа, 2005. – 356 с.
5. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. Иссерс. – Изд. 4-е, стер. – М.: Ком Книга, 2006.
6. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В. Карасик. – Волгоград: Перемена, 2002.
7. Кочмар О. Концептуально зумовлена залежність розгортання дискурсу управлінської комунікації / Ольга Кочмар // Вісн. Львів. ун-ту. Іноземні мови. – 2013. – Вип. 21. – С. 69–76.
8. Пастернак Т. А. Комунікативні стратегії і тактики дискурсу "Співбесіда при прийомі на роботу" / Т. А. Пастернак // Studia Linguistica : зб. наук. пр. – К.: ВПЦ "Київський університет", 2011. – Вип. 5. – Ч. 2. – С. 363–367.
9. Радзівська Т. В. Нариси з концептуального аналізу та лінгвістики тексту. Текст – Соціум – Культура – Мовна особистість : моногр. / Тетяна Вадимівна Радзівська. – К.: ДП "Інформативно-аналітичне агентство", 2010. – 491 с.
10. Данюшина Ю. В. Идеология и аксиология управленческого дискурса в интернете как проявление коммуникативного идеологического менеджмента // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия "Гуманитарные науки". – 2011. – № 1. – С. 3.
11. Хабермас Ю. Комунікативна дія і дискурс – дві форми повсякденної комунікації / Ю. Хабермас // Першоджерела комунікативної філософії. – К.: Либідь, 1996. – С. 84–90.
12. Чудинов А. П. Россия в метафорическом зеркале : когнитивное исследование политической метафоры (1991–2000) : моногр. / А. Чудинов. – Екатеринбург: Уральск. гос. пед. ун-т, 2001.
13. Шейгал Е. И. Семантика политического дискурса : моногр. / Е. Шейгал. – Волгоград: Перемена, 2000.
14. Rorty R. Philosophy as a Kind of Writing. Consequences of Pragmatism / R. Rorty. – Brighton, 1982. – P. 107–108.

Надійшла до редколегії 30.10.17

T. Burmistenko, Phd., associate professor
Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine

MANAGERIAL DISCOURSE IN THE SYSTEM OF COMMUNICATION OF THE FRENCH SOCIETY

The article deals with the main features and attributes of the French-speaking managerial discourse in the system of communicative relations between the state and society and analyzes the linguistic features of managerial discourse. The author claims that managerial discourse has a certain number of institutional features in the system of relations of francophone society is a social information-code technology of communication. Are considered various approaches to the study of the phenomenon of "power" in the French-speaking sociocultural space, including the media, and the manifestation of its development as a managerial discourse. The author describes the forms of the self-organization of the administrative discourse and analyzes the means and the communicative conditions of functioning of power in various social institutes. Attention is paid to the nature of the impact of institutional structures on the behavior of the subjects, mainly at the macro level.

Keywords: administrative discourse, means of administrative communication, institutional character, information code technology, directive function, sociocultural space.

Т. Бурмистенко, канд. філол. наук, доц.
Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ, Україна

УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ ДИСКУРС В СИСТЕМЕ КОММУНИКАЦИИ ФРАНКОЯЗЫЧНОГО ОБЩЕСТВА

Рассмотрены основные признаки и атрибуты франкоязычного управленческого дискурса в системе коммуникативных отношений государства и общества. Представлен анализ лингвистических особенностей управленческого дискурса. Автор утверждает, что управленческий дискурс имеет определенное количество институциональных особенностей в системе отношений франкофонного общества и является социальной информационно-кодовой технологией коммуникации. Рассмотрены различные подходы к исследованию феномена "власть" во франкоязычном социокультурном пространстве, в том числе медийном, и проявление развития его в качестве управленческого дискурса. Проанализированы формы самоорганизации управленческого дискурса, описаны способы и коммуникативные условия функционирования власти в различных социальных институтах. Обращается внимание на характер воздействия институциональных структур на поведение субъектов прежде всего на макроуровне.

Ключевые слова: управленческий дискурс, средства управленческой коммуникации, институциональный характер, информационно-кодовая технология, директивная функция, социокультурное пространство.

УДК 811.111'221

К. Карпова, канд. філол. наук, асист.
Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ

МУЛЬТИМЕДІА АНГЛОМОВНОГО КУЛІНАРНОГО БЛОГА

Досліджується візуальний аспект подання інформації у сучасних англomовних блогах на кулінарну тематику. Зокрема, розглядаються невербальні особливості (загальний тон фотографії, кольоропозначення, використання спрямованого штучного світла та кулінарного реквізиту) фуд-фотографії як одиниці мультимедійного контенту мережевої комунікації. Окрім того, проаналізовано зразки вдалого поєднання вербальних і невербальних (візуальних) засобів подання інформації у сучасних англomовних фуд-блогах.

Ключові слова: мультимедіа, візуалізація, блогосфера, кулінарний блог, фуд-фотограф, фуд-фотографія.

У сучасному світі велика кількість науковців різних напрямів акцентують увагу на перенасиченні ринку масової комунікації мультимедійним контентом, коли йдеться, насамперед, про спілкування у всесвітній мережі. Учені підкреслюють той факт, що текстові форми подання інформації впевнено поступаються мультимедійним, серед яких домінують візуальні, звукові, графічні, анімаційні тощо. У сучасному комунікативному просторі, де візуалізація стає пріоритетною, сприйняття та запам'ятовування значним чином забезпечується невербальними, насамперед, візуальними засобами [1, с. 37]. Важливо наголосити на тому, що використання всього арсеналу візуальних засобів та новітніх web-технологій є необхідною умовою та запорукою успішності різних жанрів інтернет-комунікації, у тому числі й кулінарної блогосфери, адже на думку російської дослідниці І. В. Сохань, сучасна масова культура безумовно має візуальну акцентуацію [6, с.89]. Саме цей факт сприяв тому, що деякі британські блогери стали порівнювати візуальний контент блогів із верхівкою, без якої неможливо уявити собі піцу: "A blog without visuals is like a pizza without toppings" [12, р. 109].

В епоху тотальної мультимедійності та інтерактивності величезного значення набувають саме візуальні методи й засоби подання інформації (*visual aid, visual art, visual information, visual effect*), які в інтернет-середовищі характеризуються із позитивної позиції, що обумовлює вживання великої кількості лексичних одиниць із меліоративною семантикою та оцінкою в анотаціях до кулінарних блогів: "Visuals play a crucial role in strengthening your blog as a brand because photos and videos provide ample opportunity to strictly define your unique visual voice and style... Visuals make your blog more appealing to your audience and enhance the quality of your content ... One of the biggest draws to any popular food blog is the photographs – big, colorful, taste-it-through-the-screen photographs. They singlehandedly transform your blog from blah to brilliant by providing visual appeal and, if you're successful, leaving your readers drooling" [12, р.109]. Таким чином, актуальність дослідження зумовлена необхідністю подальшого вивчення візуальних компонентів комуні-

кації, а саме їх інформативного, експресивного, аргументативного та прагматичного потенціалу.

Останніми роками репродукції привабливої на вигляд та ймовірно смачної їжі заповнили світову мережу, започаткувавши новий напрям у мистецтві фотографії, а саме фуд-фотографію (*food photography, food design*) [7]: "Creating an amazing-looking dish is an art, whether you eat it or photograph it, and you can do a lot of little things to enhance the look of the food and make people salivate when they view your photographs" [14, р. 79]. Зауважимо, що їжа вже давно перестала бути виключно інструментом, що допомагає людині втамувати голод, задовольнивши таким чином її фізіологічні потреби. Нині суспільство стає все більш до продуктів харчування та страв, виготовлених із них, набагато більше вимог, а саме до їх естетичного вигляду, смакових та ольфакторних характеристик, натуральності інгредієнтів тощо.

Метою цієї публікації є аналіз візуальних аспектів подання інформації в кулінарних блогах, а саме фуд-фотографії як одиниці мультимедійного контенту, що займає важливу нішу серед вищезгаданих візуальних засобів.

Об'єктом дослідження є сучасні англomовні блоги на кулінарну тематику. Предметом аналізу у статті виступають особливості функціонування візуальних складників, зокрема фотоконтенту в англomовних блогах на кулінарну тематику.

На думку С. І. Симакової, існують такі види візуалізації інформації:

- ілюстрація – малюнок, фотографія чи інша робота, створена з метою виділення суб'єкта, а не форми;
- інфографіка (інформаційна графіка) – самостійний матеріал інформаційного характеру або ж наглядна ілюстрація до публікації (карти, таблиці, списки, діаграми тощо);
- QR-код – матричний код, який у графічному вигляді може містити велику кількість текстової інформації, прочитання якого здійснюється за допомогою будь-якого пристрою із вбудованою фотокамерою [5].

На думку російського дослідника Валерія Савчука, фотографія є "хранителькою пам'яті" [4, с. 4]. Надзвичайна популярність фотографії як засобу подання

об'єктивної дійсності пояснюється тим, що вона уособлює цивілізаційний іконічний поворот. Цей філософський термін означає зсув у соціально-культурній ситуації, за умов якого онтологічна проблематика переводиться у план аналізу візуальних образів [4, с. 10]. Сьогодні фотографія, яка проникла до всіх сфер людського існування, покликана транслювати сучасний образ культури. За допомогою найновітніших технічних можливостей створюється новий тип фотографічної реальності. Так, останнім часом популярності набуває так звана мобілографія як різновид фотомистецтва, що створюється за допомогою різноманітних гаджетів, як-от мобільний телефон, планшет, розумний годинник тощо [3].

Зазначимо, що фотографії на кулінарну тематику спрямовані не лише на віддзеркалення образу певної страви, але й створення певного настрою та атмосфери, збудження смакових рецепторів відвідувачів фуд-блогів. Фотографії, представлені у сучасних англійських кулінарних блогах, є продуктивним засобом транслювання інформації у вигляді зображення та виконують такі функції: атрактивну (привернути увагу читача блога до яскравої та апетитної страви), інформативну (передати певну інформацію про продукти та страви із них), експресивну (здійснити вплив на емоційну сферу читача блога), естетичну (апелювати до естетичних почуттів фоловерів). Створення першокласної кулінарної фотосесії вимагає від митця цього жанру неабиякої майстерності та дотримання базових правил фуд-стилізації: "enhancing, not engulfing; keeping it real, portioning with precision; staying goal-oriented; garnishing like you mean it" [12, p. 215].

Фотографію безглютенових млинців із шоколадом і полуницею, що наведено нижче (рис. 1), відповідає всім заявленим критеріям та має на меті підсилити ефект від сприйняття словесного складника рецепта (...it's loaded with the kind of photography that makes you want to eat the pages) [8]:



Рис. 1

Окрім того, зображення є яскравим підтвердженням ключового слогана кулінарного блога YumUniverse, фі-



Рис. 2

Кольорову гаму на рис. 2 побудовано на класичному контрасті між білим та чорним (біла тарілка VS чорний

лософія якого полягає у пропагуванні традиційних гастрономічних цінностей (*comfort, tradition, great taste*): "Making healthy, allergy-free food choices shouldn't feel like deprivation. YumUniverse is a judgement-free zone dedicated to sharing tools, recipes, and resources to eat more of the foods that make us feel great inside and out—*comfort, tradition, and great taste* without sacrifice" [16].

Зазвичай предметна зйомка (а саме до такого типу зйомки належать фотографії до кулінарних блогів) передбачає володіння фотомистецтвом на високому рівні, а також здатність передавати оригінальний погляд митця на навколишній світ, усю гамму почуттів, що вирують у його душі. Недарма фуд-фотографів екстракласу ототожнюють із усесвітньовідомим селебриті-фотографом Енні Лейбовіц, уживаючи метафоричне порівняння *Annie Leibovitz of lasagna*: "Time to crack the code for how to best capture food through your lens and to set you on the path to becoming *Annie Leibovitz of lasagna*" [12, p. 179].

Створюючи ілюстрації для кулінарного блога, умілий фотограф має сфокусуватися на ключових моментах задля того, щоб зробити фуд-фотографію найпривабливішою для цінителів кулінарного мистецтва. Переважно у фуд-блогах подано рецептуру виготовлення страви у вербальній та візуальній формах. Вербальний компонент являє собою покрокову інструкцію виготовлення страви, яка супроводжується візуальним контентом у вигляді фото- або відеоінструкції.

Перш ніж перейти до безпосереднього аналізу візуального контенту сучасних англійських фуд-блогів, звернімося до основних питань, які постають перед фотографом у процесі створення кулінарної фотосесії:

➤ *Do the photos evoke a certain tone? Are they elegant and refined, or fun and playful?*

➤ *What role do props play in the photos? Are props a focal point or an afterthought?*

➤ *What role does light play in the appearance of the photos? Do the photos look light and airy, or dark and moody?* [12, p. 178].

Як бачимо із вищезгаданих питань, основними компонентами якісної кулінарної фотографії, які забезпечують швидше сприйняття рецепту, апелюють до органів сенсорики та емоцій фоловерів блогу, є відповідний тон фотографії, використання реквізиту та вдало підібране світло.

Розглянемо фотознімки, що супроводжують рецепт безмолочного шоколаду із фуд-блогу YumUniverse [13], урахувавши всі критерії. Сам рецепт приготування шоколаду на безмолочній основі починається фотографіями вже готового десерту та Великоднього кролика, якого можна приготувати із цього домашнього шоколаду:



Рис. 3

шоколад), що сприяє приверненню й захопленню уваги читача блога. Друга ілюстрація (рис. 3) має експліцитну

мету створити теплу, невимушену і водночас грайливу атмосферу, передати передчуття прийдешнього свята і таким чином максимізувати задоволення від поїдання традиційного для англомовних країн Великоднього десерту. Автор навмисне вдається до техніки розмитого подання заднього фону фотографії для того, щоб сфо-

кусувати увагу на головній страві та створити ментальний образ свята у свідомості користувачів блога.

Далі майстер фотографії представляє низку фотографій, що візуалізують увесь процес приготування страви крок за кроком:



Рис. 4



Рис. 5



Рис. 6



Рис. 7



Рис. 8



Рис. 9

Як бачимо на наведених вище прикладах, фотограф обирає штучне спрямоване світло (artificial, directional light), оскільки фотосесія, імовірно, проводилася в умовах фотостудії, що дозволяє фотографувати у будь-який час доби. Окрім того, майстер фотографій залучає велику кількість кулінарного реквізиту (props), як-от ножі, ложки, тарілки, каструлі, вінчики. Використання дерев'яного стола та бавовняних скатертин як реквізиту додає фотографіям ще більшого відчуття натуральності й домашнього затишку. Загальний тон усіх фотографій витриманий в однаковій стилістиці з використанням пастельної (білий, слонова кістка, бежевий) і темної (чорний, коричневий) палітри кольорів, що допомагає розкрити все розмаїття органолептичних показників уже готових цукерок чи плиток шоколаду та спростити процес декодування інформації. Таким чином, усі візуальні компоненти залучені до фотосесії чітко виконують ін-

формативну й експресивну функції, а також посилюють аргументативний ефект від вербального повідомлення.

На відміну від фотографій, що подані вище, кольорова гама, яка представлена на фотографіях овочевих салатів, є надзвичайно барвистою (рис. 10; 11). Вибір яскравих кольорів на кшталт червоного, рожевого, жовтого, блакитного, синього, зеленого, дозволяє фотографу відобразити приємні відчуття, підкреслити яскравість та насиченість інгредієнтів кулінарних страв, апелюючи, таким чином, до емотивної сфери людини. Як відомо, для отримання таких соковитих кольорів на фотографіях, овочі бланшують в окропі, що дозволяє зберегти їхню яскравість і зробити їх вигляд ще привабливішим та апетитнішим. Підбір кольорових, а не білих тарілок на обох фотографіях, не є випадковим, оскільки вони підтримують загальний кольоровий спектр, підкреслюючи задум автора та гармонійно вписуючись у "строкату" атмосферу фотографій.



Рис. 10



Рис. 11

За останні декілька років ультрасучасною тенденцією в англомовних блогах на кулінарну тематику стало використання малюнків замість фотографій [11]. Розглянемо ілюстрації, створені відомим фуд-декоратором

Джоанною Кіндвал на прикладі рецепта грибного конфітуру. Спочатку авторка пропонує читачам ілюстрацію головного інгредієнта страви – грибів.

Далі йде доволі неординарна ілюстрація рецепта приготування грибного конфітуру у вигляді діаграми із залученням вербальних та візуальних елементів:



Рис. 12

Суттєвою ознакою такого подавання кулінарного рецепта є його прагматична спрямованість. Прагматичний ефект впливу на читача фуд-блога здійснюється за допомогою гармонійного поєднання вербального та невербального маркерів, що доповнюють один одного. Удалий симбіоз вербальних та візуальних компонентів, що разом утворюють класичний приклад креолізованого тексту, забезпечує краще сприйняття повідомлення й подальше розуміння рецептури приготування страви. Візуальна складова цього рецепта, яка вочевидь преважує над вербальною, доповнює й поглиблює зміст словесного повідомлення.

Зазначимо також, що Джоанна Кіндвал створює ілюстрації до деяких рецептів, комбінуючи одразу дві форми візуалізації, а саме – фотографію та малюнок, що в разі полегшує декодування інформації.

Зазначимо, що окрім ілюстрацій до кулінарних блогів, фуд-стиліст відома також створенням зображень на кулінарну тематику на різних побутових предметах, як от годинниках, ковдрах, подушках, чашках, одязі тощо [15]. Використання лише невербальних засобів для створення привабливих об'єктів реклами на малюнках нижче є цілком достатнім для повного розкриття змісту повідомлення та сприяє більш швидкій трансляції та засвоєнню інформації:



Рис. 13



Рис. 14

На сучасному етапі розвитку суспільства Інтернет, соціальні мережі, телебачення, реклама та інші візуальні матеріали в умовах тотальної інформатизації формують образ мислення, світогляд, систему цінностей

та інтересів суспільства [2, с. 60]. Отже, візуалізація контенту здійснює колосальний вплив на цільову аудиторію, даючи можливість відволіктися від декодування лише текстової інформації та сприйняти повідомлення

комплексно, що безумовно привертає увагу лінгвістів і дослідників суміжних дисциплін, а саме: соціологів, політологів, журналістів, спеціалістів у галузі PR і т. п.

Упродовж останніх років особливий інтерес для лінгвістів становить питання вивчення візуального компонента фуд-блогів, головню фотографій, оскільки саме візуальний контент є головним інструментом для привертання уваги фоловерів до будь-якого блога й передавання емоційного плану повідомлення та його аргументативного потенціалу. Такі візуальні складники блогів на кулінарну тематику, як загальний тон фотографії, використання пастельної, темної чи різнокольорової гами на зображеннях, удаю підібране спрямоване світло та застосування різноманітного кулінарного реквізиту в поєднанні із вербальним повідомленням створюють цілісну картину сприйняття рецептури певної страви, доповнюючи та поглиблюючи зміст один одного. Саме завдяки фуд-фотографіям високого рівня майстерності читачі фуд-блогів можуть побачити не лише відображення об'єктивної дійсності, але й досягнути особливості світосприйняття автора цих фотографій.

Список використаних джерел:

1. Белова А. Д. Реклама автомобилей Mercedes-Benz: принципы и составляющие / А. Д. Белова, О. А. Васильева // Лінгвістика XXI століття: нові дослідження і перспективи. – К.: Логос, 2008. – С. 37–45.
2. Білюк І. Л. Вербальні і невербальні засоби брендингу Олімпіади XXX / І. Л. Білюк // Лінгвістика XXI століття: нові дослідження і перспективи. – К.: Логос. – 2012. – С. 60–67.

3. Курбасова Е. Б. Роль фотографии в становлении диалога культур [Електронний ресурс] / Е. Курбасова. – Режим доступу: <http://iculture.spb.ru/index.php/stucult/article/viewFile/397/395>.

4. Савчук В. В. Философия фотографии / Савчук Валерий Владимирович. – СПб.: Издательство СПб. гос. ун-та, 2005. – 256 с.

5. Симакова С. И. О визуализации журналистских материалов [Електронний ресурс] / С. Симакова. – Режим доступу: <http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/31093/1/journ-2015-prep-37.pdf>.

6. Сохань И. В. Визуальные репрезентации гастрономической культуры / И. В. Сохань // Праксема. Проблемы визуальной семиотики. – Томск: Изд-во Томск. гос. ун-та, 2014. – № 1(1). – С. 88–96.

7. Малишевский Р. О. Food-дизайн – новый напрям у дизайні XXI століття / Р. О. Малишевський, А. С. Свириденко, Л. М. Страшко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://dSPACE.puet.edu.ua/bitstream/123456789/5629/1/збірник_тез_любченко.pdf#page=208.

8. Gluten Free Chocolate Pancakes From The UnDiet Cookbook. – Online. Retrieved from: <https://yumuniverse.com/gluten-free-chocolate-pancakes-undiet-cookbook>.

9. Red Cabbage Tahini Salad Bowls. – Online. Retrieved from: <http://www.foodheavenmadeeasy.com/red-cabbage-tahini-salad-bowls>.

10. Late Summer Abundance Bowl. – Online. Retrieved from: <https://www.mynewroots.org/site/2014/09/late-summer-abundance-bowl>.

11. Mushroom Confit By Andrew Janjigian. – Online. Retrieved from: <http://kokblog.johannak.com/category/mushrooms>.

12. Senyei K. Food Blogging For Dummies / Kelly Senyei. – New York: Published by John Wiley and Sons Inc., 2012. – 320 p.

13. The Best Homemade Chocolate (Dairy-Free). – Online. Retrieved from: <https://yumuniverse.com/best-homemade-chocolate-dairy-free>.

14. Young Nicole S. Food Photography: From Snapshots to Great Shots / Nicole Young. – Pearson Education. Peachpit Press, 2012. – 272 p.

15. <http://www.pantryconfidential.com/features/johanna-kindvall-illustrator>.

16. <https://yumuniverse.com/>

Надійшла до редколегії 30.10.17

K. Karpova, Phd., assistant

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine

MULTIMEDIA OF ENGLISH CULINARY BLOG

The article focuses on the study of visual aspect in present-day English culinary blogs. In particular the research deals with nonverbal peculiarities of food photography namely general tone of the photograph, color terms, directional artificial light and culinary props as means of multimedia content in computer-mediated communication. Moreover the article studies patterns of effective coordination of verbal and nonverbal (visual) means of information transmission in modern English food blogs.

Key words: multimedia, visualization, blogosphere, culinary blog, food photographer, food photography.

Е. Карпова, канд. філол. наук, асист.

Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, Киев, Украина

МУЛЬТИМЕДИА АНГЛОЯЗЫЧНОГО КУЛИНАРНОГО БЛОГА

В статье исследуется визуальный аспект подачи информации в современных англоязычных кулинарных блогах. В частности рассматриваются невербальные особенности (общий тон фотографии, цветообозначение, использование направленного искусственного света и кулинарного реквизита) фуд-фотографии как единицы мультимедийного контента сетевой коммуникации. Кроме того, проанализированы примеры эффективного слияния вербальных и невербальных (визуальных) средств трансляции информации в современных англоязычных фуд-блогах.

Ключевые слова: мультимедиа, визуализация, блогосфера, кулинарный блог, фуд-фотограф, фуд-фотография.

УДК 81'322.2

Л. Клименко, канд. філол. наук, наук. співроб.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ

КОРПУСНА І КОГНІТИВНА ЛІНГВІСТИКА: ПЕРСПЕКТИВИ КОНВЕРГЕНЦІЇ МЕТОДІВ

Здійснено стислий огляд анотованих корпусів французької мови із зазначенням особливостей їх функціоналів. Висвітлено сучасний стан французької корпусної лінгвістики, а також напрями розробок, здійснюваних на масивах франкомовних текстів. Окреслено перспективи застосування напрацювань комп'ютерної лінгвістики в дискурсивно-когнітивних дослідженнях, можливості розробки інтегрованої міждисциплінарної методики.

Ключові слова: корпусна лінгвістика, корпус, когнітивна лінгвістика, французька мова, метод.

Бурхливий розвиток науки і техніки останніх десятиліть відкриває для дослідників нові можливості, а сучасні інформаційні технології сприяють швидкій, об'єктивній і неупередженій обробці великих масивів даних, надаючи можливість дослідження мовних явищ не тільки із застосуванням традиційного мовного матеріалу (словників, художньої літератури, наукових текстів тощо), але і шляхом використання в ролі матеріалу значних за обсягом вибірок текстів, уведених у комп'ютер. У лінгвістичних дослідженнях дедалі ширше застосовують електронні

ресурси різних типів: електронні словники, бази даних, корпуси текстів тощо. Розвиток прикладної лінгвістики наразі є однією з актуальних проблем сучасної лінгвістики, а корпусний аналіз дедалі ширше застосовують для розв'язання як суто лінгвістичних, прикладних, так і міждисциплінарних наукових питань [10]. Це зумовлено тим, що корпусний аналіз передбачає:

- застосування емпіричного підходу до аналізу мовних даних;

- використання великих за обсягом, структурованих колекцій природних текстів (корпусів) як основи для аналізу;

- широке залучення комп'ютерних технологій для дослідження мовного матеріалу;

- застосування квалітативних і квантитативних аналітичних методик, із суттєвою перевагою останніх (вивчення частоти вживання лінгвістичних одиниць, статистичні дослідження сполучуваності тощо) [1–3].

Традиційно корпус визначають як масив анотованих і структурованих письмових або усних текстів в електронному вигляді, що створюється для розв'язання прикладних лінгвістичних завдань. Корпуси мають низку типових технічних характеристик, серед яких:

- стандартизоване представлення даних (sampling), що дозволяє застосування комп'ютерних методів обробки;

- репрезентативність (representativeness) – перелік параметрів, відповідно до яких корпус було укладено;

- визначений обсяг текстів (finite-tize)

- розміщення ресурсів на електронному носії (machine-readable forms) [5, p. 114–115].

Корпусній лінгвістиці властива певна двовекторність, оскільки вона вивчає як теорію та практику створення корпусів, так і самі мовні корпуси, спираючись на дискурс, який становить її матеріал.

Саме спільна природа матеріалу досліджень поєднує корпусну і когнітивну лінгвістику. Обидві напрями, вивчаючи мову в дії, знизу – вгору, роблять висновки на основі дискурсу, так званого живого мовлення [1]. Обидві лінгвістичні парадигми займаються пошуками еталонової (узусу) і відхилення від нього. До кола як когнітивних, так і корпусних досліджень входить вивчення дистрибутивних особливостей значення слова (напр., для концептуального аналізу або встановлення сітки значень полісемантів).

Брак формалізованих методів тестування й апробації результатів концептуального аналізу у когнітивній лінгвістиці об'єктивно зумовлює і диктує необхідність залучення корпусних досліджень до когнітивної лінгвістики.

Метою статті є стислий огляд анотованих корпусів французької мови із зазначенням особливостей їхніх функціоналів, висвітлення сучасного стану розробок у галузі корпусної лінгвістики на масивах франкомовних текстів, визначення векторів її розвитку, окреслення перспектив застосування напрацювань у комп'ютерній лінгвістиці до дискурсивно-когнітивних досліджень, можливості розробки інтегрованої міждисциплінарної методології.

Здійснено огляд корпусних розробок на матеріалі французької мови, що наразі існують, і з'ясуємо їхні функціональні можливості. Оскільки французька лінгвістика зі значним запізненням звернулася до укладання корпусів французької мови [4], то застосування методів корпусної лінгвістики і корпусного аналізу, і, відповідно, стан розробленості галузі, значно відстає порівняно з аналогічними у Великій Британії та США – флагманах методик, а також із корпусними дослідженнями на базі корпусів інших європейських мов. Так, нині не існує жодної французької граматики, заснованої на даних корпусного аналізу, немає граматики ефективного вжитку французької мови, тоді як англійською на основі корпусних даних уже понад 15 років тому було укладено і широко вживається відома *The Grammar of Spoken English*. На базі корпусів англійської створено перелік із 100 тис. частотних слів, перелік 500 найчастотніших фразеологізмів тощо. Жодний сучасний англійський тлумачний словник більше не укладають без застосування Британського національного корпусу (BNC).

Аналогічною є ситуація із застосуванням методів корпусної лінгвістики у французькій лексикології, де майже відсутні корпусні дослідження особливостей жанрової диференціації текстів. Відтак звернення до проблем розвитку сучасної французької корпусної лінгвістики вбачається наразі надзвичайно актуальним. Більш того, оскільки одним з основних викликів XXI ст. є тенденція до інтеграції різних сфер знань і дисциплін, то розробка новітніх наукових комплексних методик, можливість застосування алгоритмів прикладних досліджень в інших сферах може відкривати нові наукові горизонти, зокрема в царині когнітивістики.

Серед **письмових** корпусів **нині** найбільшим є *Fran-text*, який умовно можна назвати національним корпусом французької мови. Заснований та підтримуваний французькою організацією l'ATILF-CNRS із штаб-квартирою в Ансі, корпус об'єднує переважно літературні та філософські тексти (90 %), а також незначну кількість наукових і технічних (10 %), а його обсяг становить близько 220 млн слів. Укладання корпусу було розпочато у 70-х рр. минулого століття з метою наповнення 16-томного словника *le Trésor de la Langue Française* текстовими прикладами (обсяг становив 1000 зразків текстів). WEB-базована версія корпусу побачила світ у 1998 р. Наразі корпус формують 5 116 текстів (станом на грудень 2016), з них 1026 текстів становлять його "сучасну" частину і датовані часовим проміжком після 1950 р. Є корпуси скромнішого обсягу, укладені для специфічних цілей, такі як *Varilex*, *Manulex*, *Emolex*. Використання цих корпусів як матеріалу, вочевидь, не відкриває особливих перспектив для аналізу сучасних видів дискурсів, усе ж уможливорює розвідки, присвячені певній часовій добі, або ж діахронічному аналізу.

У галузі публіцистики і художньої літератури є досить цікавий корпус *Sketchengine FrTenTen*, укладений на основі текстів із WEB, який містить 12 млрд слововживань. Корпус дивує своїм розміром, але не може похизуватися жанровою варіативністю представлених текстів [6]. Особливий інструментарій, застосований при укладанні цього ресурсу, забезпечує диференційоване завантаження вибірки текстів з усіх можливих ресурсів і доменів, які відповідають зазначеній мові, слідкуючи за тим, щоб фрагменти нових текстів не дублювали ті, що вже увійшли до корпусу (використовується спеціальна пошукова програма-робот (англ. crawler).

Інші розробки письмових корпусів, як не дивно, належать не французам, а німецьким фахівцям. Серед них:

Leipziger Corpus Francais [8] – створений дослідниками лейпцизького університету, нараховує 7 млн слів і містить переважно публіцистичні і тексти з WEB. Недоліком цього корпусу є те, що він дозволяє здійснювати лише дуже прості пошукові операції. Так, його можливості обмежуються отриманням переліку прикладів на слово-запит розміром в одне речення із посиланням на джерело, але без дати публікації, а також переліку правосторонніх та лівосторонніх колокатів, що вживаються з цим словом.

Kölner romanistische korpus datenbank / Varietext – дві платформи текстового аналізу, диференційовані за жанрами, що відкривають ширший дослідницький діапазон і дозволяють створювати конкорданси, робити підрахунки частотної специфіки, аналіз лексико-синтаксичних входжень.

Загалом у письмових корпусах французької мови переважають тексти літературних і публіцистичних творів, а їхні загальні функціональні можливості значно поступаються корпусам англійської мови.

Дещо кращою є ситуація із французькими **усними корпусами**, серед яких можна згадати:

- *Traitement de corpus oraux en français* (TCOF): 70 тис. слів;
- *L'Enquête Socio-Linguistique à Orléans* (ESLO 1 et 2): 6,5 млн слів;
- *Corpus de Langue Parlée en Interaction* (CLAPI): 100 тис. слів;
- *Communication langagière chez le jeune enfant* (CoLaJe): 3 млн слів.

Існують також інші корпуси, доступ до яких повністю обмежений:

- *Corp-Aix-2* (Cresti&Moneglia 2005): 300 тис. слів;
- *Ciel-F*.

Загальний обсяг усієї сукупності усних корпусів становить близько 10 млн слововживань. Їхньою беззаперечною перевагою, порівняно з письмовими, є можливість синтаксичного і фонологічного аналізу, проте функціонал не дозволяє проводити лексико-граматичні статистичні дослідження на предмет повторюваності сегментів, колокацій, валентностей. Зведено одночасне використання кількох корпусів також, найчастіше, неможливе з причини відсутності координованості серед науковців-розробників.

У 2016 р. було анонсовано розробку корпусу сучасної французької мови з робочою назвою *Le corpus de référence du français contemporain* (CRFC) [7], над яким наразі співпрацюють науковці із ФРН і Франції (Dirk Siepmann (Universität Osnabrück, Institut für Anglistik/Amerikanistik), Christoph Bürgel (Universität Paderborn, Institut für Romanistik) та Sascha Diwersy (лабораторія Praxiling, UMR 5267, Université Paul-Valéry Montpellier 3). Станом на 2018 р. корпус формують тексти французькою мовою Франції (*le français de France*) 1945–2014 рр. із відсотковою часткою 90 % текстів двох останніх десятиліть. Корпус містить приблизно 310 млн слів (його обсяг було свідомо зведено до такого числа), з них 60–65 млн спонтанного мовлення офіційного та неофіційного характеру. Це перший французький корпус анотований за жанрами (14 жанрів), який відрізнятиметься від інших за рахунок того, що це буде:

- найбільший за обсягом французький корпус, розміщений у мережі Інтернет;

- перший французький корпус, що міститиме вагомий частку даних усного мовлення і псевдоусного мовлення;
- корпус, який уперше згрупує колекцію гетерогенних текстів.

Після закінчення робіт над корпусом і його відкриття загалом, планують другий етап із його поповнення текстами, датованими періодом після 2014 р.

Структуру корпусу значного мірою скальовано із двох корпусів англійської мови – British National Corpus (BCN) та Corpus of Contemporary American English, з тією відмінністю, що жанрова варіативність найбільша серед усіх корпусів. Щодо джерел текстового матеріалу: усну частину корпусу формує широка гама мовленнєвих фрагментів офіційного спілкування (30–35 млн слів), а також тексти неформального мовлення – 30–35 млн слів, з яких 75 % – транскрипти телевізійних передач 70-ти різних типів (загальна тривалість 3 тис. год звучання), 25 % – інтерв'ю з газети *le Figaro*, а також дані інших корпусів.

Джерелами письмового корпусу стали тематичні WEB-сторінки, форуми з обговорення, сайти, на яких розміщені скрипти художніх фільмів, тексти із сайтів літературних видавництв, сайти газет, журналів, у тому числі наукового і науково-популярного характеру, корпус SMS-спілкування.

Цікаво, що вперше за історію корпусної лінгвістики при розмітці було здійснено окреме виділення *псевдоусного масиву корпусу*. Віднесення текстів до категорій усного або ж псевдоусного мовлення відбувалося на основі застосування комунікативної шкали за параметрами наближеності vs віддаленості між комунікантами. Так, до категорії псевдоусних було віднесено фільми, театральні вистави, чати, форуми з обговорення як такі, що більше тяжіють до розмовного мовлення за параметром комунікативної наближеності. Такі ж жанри, як листування, еротичні журнали, блоги, електронне листування, навпаки, було за ознакою віддаленості між комунікантами параметризовано як письмові. На рис. 1 наведено структурне розподілення контенту за жанрами і їхні кількісні характеристики

	Секція	Розмір
Усний	Офіційне мовлення	30 млн
	Неофіційне мовлення	30 млн
Псевдоусний	Театральні вистави, сценарії до фільмів	30 млн
	Субтитри до фільмів, телесеріалів	2,5 млн
	SMS/чати	2,5 млн
	Форуми спілкування	60 млн
		155 млн
Письмовий	Наукові і технічні тексти	30 млн
	Інші нелітературні тексти	30 млн
	Романи, оповіді, казки	30 млн
	Газети	45 млн
	Журнали	10 млн
	Журнали і блоги інтимного характеру	5 млн
	Листування (у т. ч. електронне)	1 млн
	Інші тексти	4 млн
		155 млн

Рис. 1. Структура корпусу CRFC

Корпус CRFC є анотованим, розмітка полягає у приписуванні текстам та їхнім компонентам спеціальних лінгвістичних й екстралінгвістичних тегів. Метадані корпусу розподіляються за такими параметрами: назва, автор, джерело, рік видання, тип (*genre*) (письмовий,

усний, псевдоусний), супер-жанр (*super-genre*), де їх розрізняють 16, серед яких: наукова проза, ненаукова проза, особистісне спілкування (*conversation privée*), публічне спілкування (*conversation publique*), художня література, фільми тощо. Далі розробники

виокремлюють два типи піджанрів. Піджанр 1 означає тип текстів або мовленнєвих пасажів, наприклад, енциклопедії, журнали, інтерв'ю, новини, телефонне спілкування, роман, телесеріал, ток-шоу тощо. У піджанрі II, виокремлення якого важливе особливо для художньої літератури, розрізняють детектив, роман, наукову фантастику тощо.

Подальший тематичний розподілення здійснено за аналогією до BNC. Розрізняють 16 тематичних доменів, таких як мистецтво, бізнес, економіка, політика, державне управління, юриспруденція, інформатика,

точні науки, довілля, охорона здоров'я, медицина, розваги, спорт, дозвілля.

Розмітка і функціонал корпусу дозволяє дослідити як лексико-граматичні особливості структури кожної з виокремлених сфер, так і когнітивно-прагматичні особливості їхньої організації.

Так, на базі корпусу CRFC було виокремлено перелік фразем, найбільш частотних для французької мови (понад 5 тис. вживань). Потому окремо було проскановано корпусні масиви на предмет встановлення частотності вживань виокремлених фразем у кожному з них, результати якого містить зведена таблиця (рис. 2).

	Liste de l'oral		Liste de l'écrit		Liste complète
1.	un peu	1.	de plus	1.	un peu
2.	comme ça	2.	par exemple	2.	parce que
3.	parce que	3.	ainsi que	3.	par exemple
4.	quelque chose	4.	à partir de	4.	en plus
5.	quand même	5.	en effet	5.	quelque chose
6.	tout le monde	6.	nombre de	6.	alors que
7.	en plus	7.	en plus	7.	beaucoup de
8.	tout de suite	8.	alors que	8.	comme ça
9.	c'est vrai	9.	en place	9.	quand même
10.	non plus	10.	sans doute	10.	en effet
11.	tout à l'heure	11.	lors de	11.	ainsi que
12.	pas mal	12.	par rapport à	12.	peu de
13.	au moins	13.	grâce à	13.	nombre de
14.	pas encore	14.	au moins	14.	tout le monde
15.	pour que	15.	au sein de	15.	au moins
16.	bien que	16.	de plus en plus	16.	même si
17.	eh bien	17.	afin de	17.	plus tard
18.	par exemple	18.	en particulier	18.	non plus
19.	tu sais	19.	faire partie de	19.	de plus en plus
20.	pas du tout	20.	à travers	20.	de même

Рис. 2. Частотність вживання фразем у корпусних масивах

Найчастіше вживаною є фразема *un peu*. Цей результат дозволяє зробити припущення щодо причин частотності вживання цього маркера, яку можна пояснити високими вимогами французької традиції до ввічливості й екологічності міжособистісної комунікації. Висловлення стає менш безпосереднім, менш агресивним, що робить спілкування більш ввічливим. З дискурсивного погляду за допомогою фраземи *un peu* реалізується стратегія ввічливості спілкування, що спрямована на пом'якшення висловлення, зменшення його ілюктивної сили. Можливість робити завдяки функціоналу корпусних платформ висновки такого характеру відкриває перспективи переходу досліджень на основі корпусних даних із лексико-граматичної до когнітивно-комунікативної площини.

Інтерес для когнітивістів може становити функціонал платформи *SketchEngine*, розроблений на основі гіпотези дистрибутивної семантики про те, що лінгвістичні одиниці, які зустрічаються в подібних контекстах, мають близькі значення [9, с. 35]. Функціонал платформи уможливорює автоматичне створення словесного простору предметної області для кожного окремого слова у складі корпусу завдяки автоматичній ідентифікації слів у контекстах, схожих на ті, де зустрічається цільове слово [1]. Це дозволяє вирахувати ступінь семантичної наближеності між одиницями на основі їхньої дистрибуції у великих масивах лінгвістичних даних. Так, при здійсненні запиту для слова *simulacre*, було отримано відповідь системи, яку зображено на рис. 3.

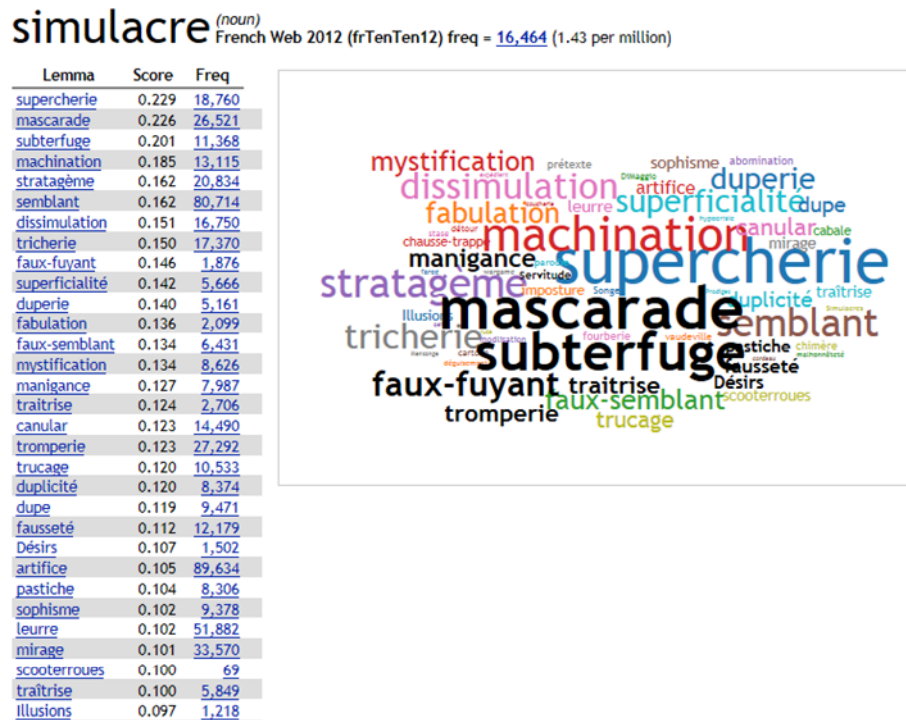


Рис. 3. Словесний простір предметної області слова *simulacre*

Дані в лівій частині таблиці демонструють числове вираження семантичної наближеності слів до ключового слова *simulacre* від найбільшого показника до найменшого. Праворуч у графічному вигляді слова представлені як крапки на площині, причому ті слова, що більш наближені до ключового за смислом, зображені більшими за розміром літерами ближче до

центру, а решта за параметром смислового віддалення – маленькими літерами ближче до периферії.

Якщо в разі запиту для окремого слова система вибудовує словесний простір предметної області, то при застосування функціоналу до словосполучення предметна область може бути представлена сукупністю понять [2], як на прикладі зі словосполученням *fake news*, яке дедалі частіше з'являється в медіапросторі (див. рис. 4).

Use WebBootCaT with selected words			
Multi-word	Score	F	Reff
☐ fake news	W 1,735.92	<u>38</u>	0
☐ fausse information	W 479.36	<u>12</u>	0
☐ fausses informations	W 436.39	<u>14</u>	<u>5,354</u>
☐ élections indiennes	W 365.88	<u>8</u>	<u>21</u>
☐ dernier hôpital	W 319.00	<u>7</u>	0
☐ fausse info	W 267.19	<u>6</u>	0
☐ fausses infos	W 264.62	<u>6</u>	<u>453</u>
☐ liberté de la presse	W 248.14	<u>6</u>	0
☐ fausses nouvelles	W 218.57	<u>5</u>	<u>571</u>
☐ industrie de la désinformation	W 183.62	<u>4</u>	0
☐ cellule secrète	W 181.99	<u>4</u>	0
☐ fins de propagande	W 169.71	<u>4</u>	<u>943</u>
☐ médias traditionnels	W 144.66	<u>5</u>	<u>6,697</u>
☐ conseiller de campagne	W 137.69	<u>3</u>	<u>33</u>
☐ manipulation des émotions	W 137.28	<u>3</u>	<u>62</u>
☐ listes de diffusions	W 134.34	<u>3</u>	0
☐ sites de référence	W 126.92	<u>3</u>	<u>999</u>
☐ printemps arabes	W 125.20	<u>3</u>	0
☐ réseaux sociaux	W 112.07	<u>23</u>	<u>95,899</u>
☐ ère numérique	W 109.76	<u>3</u>	0
☐ médias occidentaux	W 92.91	<u>3</u>	0

Рис. 4. Предметна область словосполучення *fake news*

Отриманий завдяки автоматичній обробці корпусу перелік слововживань у складі предметної області словосполучення *fake news* можна взяти за основу для здійснення семантичного моделювання концептосфери *FAKE NEWS* і встановлення множинності відношень між компонентами, визначення семантики поняття в контексті інших понять.

Однією із проблем, що виникає при автоматичному наповненні тезаурусу на основі корпусу є певна кількість "шуму" (у нашому випадку, це, вочевидь, словосполучення *élections indiennes*, *dernier hospital*, *conseiller de campagne*, які не мають відношення до предметної області), який потрібно ефективно відсіювати шляхом ручної обробки отриманого матеріалу для отримання даних більшої точності.

Незважаючи на це, цілком очевидно, що функціонал корпусної лінгвістики надає унікальну можливість моделювання окремих предметних областей – частин реального світу, що розглядаються в межах даного контексту. На основі моделей предметних областей стає реальним розв'язання складних когнітивних завдань, що полягають у фіксуванні експертом усіх семантичних, лексичних, контекстних та інших типів відносин, здійсненні їхньої наступної класифікації за певними ознаками, їхньому порівнянні, доповненні опису значення новими семантичними ознаками тощо, і подальше концептуальне моделювання.

Список використаних джерел:

1. Боярская Е.Л. Разработка методологии когнитивного анализа многозначного слова // Методы когнитивного анализа семантики слова:

компьютерно-корпусный подход / Е.Л. Боярская ; под общ. ред. В.И. Заботкиной. – М. : Языки славянской культуры, 2015. – С. 81–119.

2. Крижановский А.А. Автоматизированное построение списков семантически близких слов на основе рейтинга текстов в корпусе с гиперссылками и категориями / А.А. Крижановский // Компьютерная лингвистика и интеллектуальные технологии : труды междунар. конф. Диалог'2006 "Компьютерная лингвистика и интеллектуальные технологии". – М. : РГГУ, 2006. – С. 297–302.

3. Саломатина Н.В. О возможностях автоматического выявления связей между терминами предметной области (на примере каталога) / Н.В. Саломатина // Компьютерная лингвистика и интеллектуальные технологии : труды Междунар. конф. Диалог'2010. / Саломатина Н.В., Гусев В.Д., Ильина Л.Ю. и др. – М. : Изд-во РГГУ, 2010.

4. Deulofeu H.-J. Une tâche à accomplir pour la linguistique française du XX^e siècle: élaborer une grammaire des usages du français / H.-J. Deulofeu, J.-M. Debaisieux // Langue française. – 2012. – № 176. – P. 27–46.

5. Gries Stefan Th. Exploring variability within and between corpora: some methodological considerations / Stefan Th. Gries // Corpora. – 2006. – № 1(2). – P. 109–151.

6. Jakubíček M. The TenTen Corpus Family / M. Jakubíček, A. Kilgarriff, V. Kovář et al. // Proceedings of the 7th International Corpus Linguistics Conference. – Lancaster, 2013. – P. 125–127.

7. Le corpus de référence du français contemporain (CRFC) [Electronic source]. – Access mode : https://www.researchgate.net/publication/273847494_Le_corpus_de_reference_du_francais_contemporain_CRFC [accessed Oct 18 2018C].

8. Leipzig Corpus Français [Electronic source]. – Access mode : http://wortschatz.uni-leipzig.de/ws_fra.

9. Sahlgren M. The Distributional Hypothesis. From context to meaning / M. Sahlgren // Distributional models of the lexicon in linguistics and cognitive science (Special issue of the Italian Journal of Linguistics), Rivista di Linguistica. – 2008. – Vol. 20, no. 1. – P. 33–53.

10. Semino E. Corpus Stylistics : Speech, Writing and Thought Presentation in a Corpus of English Writing / E. Semino, M. Short. – L. ; N. Y. : Routledge, 2004. – 272 p.

Надійшла до редколегії 12.12.17

L. Klymenko, PhD, Researcher

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine

CORPUS AND COGNITIVE LINGUISTICS: METHODS CONVERGENCE PROSPECTS

The article provides a brief overview of the French language annotated corporas and highlights their functionals. The actual status of the French corpus linguistics and its scientific development directions are defined. The perspectives of applying computer science linguistics in discourse-cognitive studies, the possibility of an integrated interdisciplinary methodology developing are determined.

Keywords: corpus linguistics, corpora, cognitive linguistics, French language, methods.

Л.В. Клименко, канд. филол. наук, науч. сотр.

Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, Киев, Украина

КОРПУСНАЯ И КОГНИТИВНАЯ ЛИНГВИСТИКА: ПЕРСПЕКТИВЫ КОНВЕРГЕНЦИИ МЕТОДОВ

Осуществлен краткий обзор аннотированных корпусов французского языка с указанием особенностей их функционалов. Освещен современный статус французской корпусной лингвистики, а также направления разработок, осуществляемых с использованием массивов франкоязычных текстов. Определены перспективы применения наработок компьютерной лингвистики в дискурсивно-когнитивных исследованиях, возможности разработки интегрированной междисциплинарной методики.

Ключевые слова: корпусная лингвистика, корпус, когнитивная лингвистика, французский язык, метод.

УДК 811.112.2'81'37

О. Материнська, д-р філол. наук, доц.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ

СТРУКТУРА ТА СЕМАНТИКА ТЕМПОРАЛЬНИХ МЕРОНІМІВ У НІМЕЦЬКІЙ І АНГЛІЙСЬКІЙ МОВАХ

Статтю присвячено дослідженню структурно-семантичних типів іменників – найменувань сегментів часу (темпоральних меронімів) у німецькій та англійській мовах. У дослідженні розроблено тематичну класифікацію темпоральних меронімів, визначено їхні структурно-семантичні типи, висвітлено шляхи розвитку полісемії за рахунок метафоричних і метонімічних переносів. Простежуються кореляції між структурною та семантичною організацією досліджуваних лексичних одиниць, що дозволяє створити модель їх системного опису. Результати дослідження демонструють розбіжності у сегментації темпоральних понять навіть у близькостпоріднених мовах: німецькій і англійській. Емпіричний матеріал сприяє систематизації даних про наявні у німецькій та англійській мовах стереотипи щодо впорядкування часу, способів його позначення та мовної репрезентації на матеріалі іменників двох досліджуваних мов.

Ключові слова: темпоральні мероніми, структурно-семантичний тип, полісемія, меронім, метафора, метонімія.

Відмінності у сформованій мовній картині світу відбиваються на семантиці лексичних одиниць, що проявляється у різній концептуалізації носіями конкретних

мов певних фрагментів об'єктивної дійсності, побудові її лінгвоспецифічних моделей та обумовлює у мовному плані різну логіко-семантичну сегментацію навіть базових

вих для людини понять. Особливо яскравою моделлю, яка може продемонструвати розбіжності у формуванні мовної картини світу в носіїв різних мов, є меронімна лексика, яка базується на логічному співвідношенні між частиною та цілим [7; 17; 18; 27]. Мероніми (найменування частин цілого) є важливою частиною лексики будь-якої мови, їхня висока семантична та словотвірна продуктивність робить їх джерелом постійного поповнення лексичного складу мови [22, с. 357–358; 9, с. 387]. Із-поміж тематичних груп меронімів є такі, що поєднують лексичні одиниці із конкретною семантикою, наприклад, найменування частин артефактів (споруд, предметів побуту, одягу тощо), частин тіла людини [21] та тварини, рослин, природних об'єктів і такі, які позначають частини абстрактних понять, наприклад, частини процесів, локативних, квантитативних, темпоральних понять [6; 7]. Останні неодноразово опинялися у полі зору лінгвістів та розглядалися з точки зору їх когнітивної значущості й семантичної наповненості, функціонування у тексті, синтаксичною сполучуваності тощо [1; 2; 3; 5]. У фокусі цього дослідження структурні та семантичні властивості темпоральних меронімів (найменувань сегментів часу) у німецькій і англійській мовах, що дозволяє системно дослідити особливості їхнього сприйняття та позначення у досліджуваних мовах. Концептуалізація часу в свідомості людини відбувається з одного боку за усталеними уявленнями про об'єктивний, астрономічний час, з іншого боку – з огляду на суб'єктивне сприйняття часу як заповненого певними подіями її життя, найбільша кількість темпоральних меронімів позначає саме час, заповнений діяльністю людини. Отже, можна говорити про наявність об'єктивного та суб'єктивного, побутового часу у свідомості носіїв різних мов, сприйняття якого не завжди збігається та демонструє суттєві розбіжності у різних культурних ареалах [6, с. 264]. Час характеризується лінійністю, необерненістю, одним вектором розгортання (плином уперед), це безпосередньо позначається на виникненні метафори *час*→*лінія* (напр., запозичена у німецьку мову з англійської лексема *deadline* 'останній термін (подання документів тощо)'). З іншого боку, час в уявленні людини асоціюється із колом, так найменування днів тижня, місяців, років формують циклічний календар, згідно з яким рік складається із 12 місяців, кожні три місяці формують певну пору року, місяць має 30/31 день тощо. Темпоральні мероніми є важливою частиною часово-просторового континууму, сформованого у свідомості людини, наочним прикладом її стереотипізованих уявлень про час. Висвітлення розбіжностей у сприйнятті та концептуалізації дійсності носіями різних мов, обумовлених існуванням національно-культурної специфіки, є неможливим без визначення способів позначення та сегментації часових понять. Зазначене дозволяє констатувати **актуальність** цього дослідження для вивчення лексичної семантики й лексичного складу мови. Вивчення структурно-семантичних особливостей темпоральних меронімів (далі також ТМ) є важливим для розгляду інших тематичних груп меронімів, а саме локативних, з якими вони мають тісний семантичний зв'язок [8].

Основною **метою** цієї розвідки є встановлення структурно-семантичних властивостей темпоральних меронімів, визначення їх структурно-семантичних типів, семантичного потенціалу та виявлення зв'язків між їх структурною й семантичною організацією на матеріалі двох германських мов: німецької та англійської. Емпіричний матеріал дослідження дозволяє встановити лінгвоспецифічні особливості сегментації часових понять навіть у цих двох близькопоріднених мовах.

Предметом цього дослідження є структурно-семантичні особливості темпоральних меронімів у німецькій та англійській мовах і визначення їхньої національно-культурної специфіки. **Об'єкт дослідження** в цій статті становлять темпоральні мероніми (іменники на позначення сегментів часу) в німецькій мові – 1224 лексичні одиниці (1354 ЛСВ) та в англійській мові – 200 лексичних одиниць (650 ЛСВ), наприклад, нім. *Abend*, англ. *evening* 'вечір'. Досліджувані лексичні одиниці (далі також ЛО) були дібрані шляхом суцільної вибірки із тлумачних словників німецької мови та за допомогою тематичних словників [11; 13; 14; 16; 25]. Різниця у кількості дібраних для аналізу лексичних одиниць пояснюється наявністю великої кількості детермінативних іменників-комполітів на позначення найдрібніших сегментів часу в німецькій мові (нім. *Dienstagvormittag* 'ранок вівторка', *Fernsehabend* 'вечір перегляду телебачення') та значно меншою кількістю таких одиниць в англійській мові, використанням описових словосполучень для позначення часових сегментів.

Сегментація темпоральних понять є різною навіть у межах генетично споріднених та ареально близьких індоєвропейських мов. Поняття доби, тобто 24 годин, членується на часові проміжки у свідомості носіїв різних мов неоднаково. Номінативна одиниця на позначення *доби* є лексичною лакуною для багатьох західноєвропейських мов. Так, укр. лексеми *доба*, рос. *сутки*, дат. *døgn*, лат. *diennakt* (букв. 'день і ніч') відповідатимуть англ. словосполучення *24 hour period*, фр. *vingt-quatre heures*, нім. *24 Stunden*, італ. *ventiquattro ore*, ісп. *veinticuatro horas* 'період 24 годин' та англ. *day and night*, фр. *nuit et jour*, нім. *Tag und Nacht*, італ. *giorno e notte*, ісп. *noche y día* 'день та ніч'. Якщо звернутися до етимології нім. слова *Tag*, то з'ясується, що воно походить від іє. **dʰegʷh* 'палати, горіти' [12, с. 732; 19, с. 812]. Герм. **daga*, дсканд. *dag* 'день' спочатку використовувалося на позначення лише 12 годин, дня або ночі, і лише пізніше – 24 годин. Звідси веде своє походження й датське *døgn*, що також спочатку мало значення '12 годин', а тепер використовується на позначення 'доби, 24 годин'. Норвезько-датський етимологічний словник [26] та етимологічний словник Ф. Клуге [19] наводять такі роз'яснення щодо лексеми *ніч*: іє. **nokt*, герм. **naht*, дсканд. *nátt, nōtt* 'ніч' [19, с. 580]: згідно з давньоскандинавською та давньогрецькою міфологією була матір'ю дня, мала велике значення при рахуванні днів [4, с. 400], порів. збережене в англ. мові *fortnight* 'два тижні'. Через важливість місяця для астрономічних і просторових вимірів форма лексеми *ніч* збереглася майже в усіх індоєвропейських мовах, у той час як форма лексеми *день* є варіативною. Початок доби може визначатися залежно від того, у якому вимірі його встановлювати: у вимірі об'єктивної чи суб'єктивної реальності: у вимірі "об'єктивного" астрономічного часу доба розпочинається о 12-тій ночі, а у повсякденному уявленні мовця – вранці, коли людина прокидається. Носії різних мов членують добу за допомогою двох найважливіших часових понять: півночі та полудня, а день поділяють на два великі проміжки: першу і другу половину дня, яка поділяється посередині обіднім часом. У німецькій, англійській, датській, норвезькій, італійській, іспанській, латиській мовах існують окремі лексеми на позначення часу до та після полудня. У цих мовах існує шість основних сегментів доби, наприклад, у німецькій мові: *Morgen* 'ранок', *Vormittag* 'час до полудня', *Mittag* 'полудень', *Nachmittag* 'час післяполудні', *Abend* 'вечір', *Nacht* 'ніч'. У слов'янських мовах основними сегментами доби виступають: *ранок*, *день* (*полудень*), *вечір* та *ніч*, тобто їх чотири. Час до та після полудня не має такого

великого значення, як у інших західноєвропейських мовах, отже, не позначається окремими лексемами. На сегментації меронімів на позначення часу яскраво відбивається соціокультурна специфіка ареалу проживання носіїв мови. Саме цим пояснюються розбіжності в семантиці лексичних одиниць на позначення такого, здавалося б універсального, базового виміру, як час.

За тематичним складом досліджувані ТМ у німецькій та англійській мовах можна розподілити за десятками тематичними групами, які поєднані між собою таксономічним зв'язком, а саме відношенням включення. Тематичні підгрупи ТМ виокремлюються відповідно до їхньої семантики, яка демонструє сприйняття людиною часу як астрономічного ("об'єктивне визначення часу, позначення часу за усталеним календарем", наприклад, нім. *Stunde*, англ. *hour* 'година', нім. *Dienstag*, англ. *Tuesday* 'вівторок'; "позначення часу за порою року", наприклад, нім. *Wintermonat* 'зимовий місяць'; "позначення часу за природним явищем", наприклад, нім. *Regenmonat* 'дощовий місяць') та суб'єктивного ("позначення часу за видом діяльності людини у цей час": нім. *Theaterabend* 'театральний вечір'; "позначення часу, наповненого релігійним, символічним змістом для людини": *Passionswoche* 'страшний тиждень'). Виокремлено такі тематичні групи й підгрупи ТМ у досліджуваних мовах:

1) Найменування частин доби за: часовим показником, наприклад, нім. *Mittagsstunde* 'обідній час, обід', англ. *midday* 'полудень'; за порою року: нім. *Sommerabend* 'літній вечір', в англійській мові такі окремі позначення відсутні; видом діяльності, подією у цей час доби: нім. *Lesabend* 'вечір, що проводиться за читанням', *bedtime* 'час лягати спати'; явищем природи, яке спостерігається в цей час: нім. *Morgendämmerung* 'вранішні сутінки', *dawn* 'світанок'; найменування частин доби, які є частиною свят: нім. *Neujahrsnacht* 'новорічна ніч'; частин доби певного місяця: нім. *Mainacht* 'травнева ніч'; частин доби певних днів тижня: *Dienstagabend* 'вечір вівторка', останні три тематичні підгрупи в межах виокремлених найменувань частин доби не зафіксовані в англійській мові, адже ці одиниці є переважно композитами, яких у англійській мові значно менше, ніж у німецькій.

2) Найменування тижня, частин тижня за: часовим виміром, наприклад, нім. *Woche*, англ. *week* 'тиждень'; видом діяльності у цей час: нім. *Arbeitswoche*, англ. *workweek* 'робочий тиждень'; найменування тижнів, які є частиною свят: нім. *Karwoche* 'страшний тиждень', в англійській мові такі лексичні одиниці відсутні.

3) Найменування днів тижня: за календарем, часовим виміром: нім. *Freitag*, англ. *friday* 'п'ятниця'; за видом діяльності, подією у цей день тижня: нім. *Posttag* 'день доставки пошти', англ. *washday* 'день прання'; святкові, визначні дні тижня: нім. *Pfingstmontag* 'Духів день', англ. *sabbath* 'день відпочинку, сьомий день'.

4) Найменування місяців за: календарем: нім. *September*, англ. *september* 'вересень'; за порою року: нім. *Herbstmonat* 'осінній місяць', за явищем природи, яке спостерігається у цей місяць: нім. *Regenmonat* 'місяць дощів'; за видом діяльності, подією у цей місяць: нім. *Erntemonat* 'місяць збору врожаю'; за святами, релігійними подіями: нім. *Ostermonat* 'пасхальний місяць', в англійській мові зафіксовано лексичні одиниці лише в межах першої виокремленої тематичної підгрупи найменувань місяців.

5) Найменування року, частин року: за часовим виміром: нім. *Jahr*, англ. *year* 'рік'; за видом діяльності, подіями: нім. *Schuljahr*, англ. *wanderyear* 'рік мандрів'; найменування днів року за видом діяльності, певною подією: нім. *Geburtstag*, англ. *birthday* 'день народження'; за порою року: нім. *Winter*, англ. *winter* 'зима'; найменування днів

року за порою року: нім. *Herbsttag* 'осінній день', в англійській мові таких ТМ не зафіксовано; найменування днів року за явищем природи, яке спостерігається у цей день: нім. *Nebeltag* 'туманний день', англ. *budtime* 'час, коли з'являються перші бруньки на деревах'; найменування святкових, визначних днів року: нім. *Neujahrstag* 'день Нового року', англ. *Christmas* 'Різдво' тощо.

6) Найменування років, десятиріч, століть: за часовим виміром: нім. *Jahrhundertmitte* 'середина століття', англ. *century* 'сторіччя'; за хронологією, історичним перебігом подій: нім. *Mittelalter* 'Середньовіччя', *Vorkriegsjahr* 'рік перед війною' (в англійській мові для цього вживаються описові словосполучення); за видом діяльності, подіями: нім. *Flegeljahre* 'юнацькі роки, коли поведінка молодих людей може бути грубою', англ. *teens* 'юнацькі роки'.

7) Найменування певного періоду: за параметрами часового виміру: нім. *Periode*, англ. *period* 'період, проміжок часу'; за видом діяльності, подіями: нім. *Gebetszeit* 'час молитви', англ. *undertime* 'дуже стислі строки виконання певної роботи'; за хронологією, історичним перебігом подій: нім. *Restaurationszeit* 'реставрація (істор.)', англ. *era* 'ера, епоха'; за явищем природи: нім. *Trockenzeit* 'час посухи', в англійській мові окремих позначень для таких частин темпоральних понять не зафіксовано.

8) Найменування початку часового проміжку: зафіксоване тільки у німецькій мові, наприклад, *Saisonbeginn* 'початок, відкриття сезону'.

9) Найменування кінця часового проміжку: нім. *Saisonende* 'кінець сезону', англ. *year-end* 'кінець року'.

10) Найменування довжини часового проміжку: нім. *Zeitdauer* 'довжина часового проміжку', в англійській мові такі лексичні одиниці не передаються за допомогою окремого позначення.

Значну тематичну групу в німецькій мові становлять позначення певного періоду, проміжку часу за видом діяльності та подіями (655 лексичних одиниць). Важливим для людини є також виокремлення певних сегментів року (181 ТМ) і доби (162 ТМ) як найважливіших параметрів розподілу її часу. Назви місяця характеризуються наявністю паралельних до календарних назв позначень за видом сільськогосподарської діяльності людини, з якою раніше планувався ритм її життя, наприклад, *Heumonat* – 'липень, місяць, коли косять сіно', *Weinmonat* – 'жовтень, місяць виноробства, збору врожаю винограду'. В англійській мові найбільш кількісно презентованими є ТГ найменувань частин доби (англ. *morning* 'ранок') та найменувань певного періоду (англ. *period* 'період, певний проміжок часу'), які мають більш загальне значення, ніж інші тематичні групи ТМ. Цінність стереотипу порядку є незаперечною для носіїв німецької мови, тематичний склад досліджуваних у німецькій мові ТМ є наочним доказом цього твердження. А. Вежбицька також наголошує на більшому ступені прескриптивності виконання певної діяльності у визначений часовий проміжок, із якої виходить мовець у німецькій мові порівняно з англійською мовою [2, с. 202–203]. Порушення часових меж є порушенням приватного простору для носіїв німецької мови, яке вони сприймають як негативне явище.

Структурна класифікація темпоральних меронімів дозволяє стверджувати, що симплекси становлять відносно невелику частку в межах досліджуваних лексичних одиниць: нім. *Tag*, англ. *day* 'день'. Не достатньо високою продуктивністю відзначаються також суфіксальні: нім. *Stündchen* 'часок', *Quartal* 'квартал' та префіксальні: нім. *Unzeit* 'невдалий час' моделі. В англійській мові суфіксальна модель є більш продуктивною, ніж у

німецькій мові, наприклад, англ. *moment* 'момент'; чотири назви місяців у англійській мові утворено від кількісного числівника, запозиченого з латини, грецької та суфікса прикметників *-ber*, наприклад, англ. *december* 'грудень' (*decem* 'десять, десятий місяць' + *-ber*). Із-поміж моделей експліцитної деривації у німецькій мові переважають моделі, утворені за допомогою префіксоїдів (*Vorwoche* 'минулий тиждень', *Zwischenzeit* 'інтервал часу'). Здебільшого серед зафіксованих префіксоїдів фіксуються прийменники та запозичені основи, які функціонують як перфіксоїди, наприклад, *Primetime* 'основний ефірний час', *Elektrozeit* 'електронний час (у спорті)', англ. *microtime* 'дуже короткий проміжок часу'. Згідно з іншим поглядом, утворення із прийменника та іменника слід розглядати як композитні, наприклад, нім. *Vorabend* 'вечір напередодні', англ. *forenoon* 'час перед обідом, ранок' [23, с. 811]. Невелика кількість темпоральних меронімів у німецькій мові є наслідком імпліцитної деривації, конверсії, наприклад: *Beginn, Anfang* (*V* → *N*) 'початок'; таких утворень серед досліджуваних одиниць у англійській мові значно більше. Із-поміж зафіксованих структурних моделей у німецькій та англійській мовах виявлено поодинокі випадки аббревіації (нім. *MEZ* (*mitteleuropäische Zeit*) 'середньоєвропейський час', англ. *a.m., ante meridiem* 'час до обіду') та скорочення, що стосуються найменувань днів тижня, наприклад, англ. *Mo. (Montag)* 'понеділок'. Зафіксовано випадок, який можна розглядати як зсув, оскільки він має характеристики вільного синтаксичного словосполучення, наприклад, *Vor-Ort-Termin* 'зустріч безпосередньо на місці події'. В англійській мові виявлено випадки регресивного словотвору, або зворотної деривації, які розглядаються в межах моделі усічення, наприклад, англ. *dawn* 'світанок' утворено усіченням суфікса від *dawning* 'світанок'. Структурно більшість темпоральних меронімів у німецькій та англійській мовах є композитами (1132 ЛО у німецькій та 116 – в англійській), із-поміж яких переважають двокомпонентні композити (980 ЛО у німецькій мові та 112 – в англійській мовах), а саме двокомпонентні композити без з'єднувального елемента (661 лексична одиниця у німецькій та 110 в англійській мовах), утворені за структурною моделлю $N + N \rightarrow N$, наприклад, *Herbsttag* 'осінній день', англ. *noonday* 'обідній час' (523 ЛО у німецькій мові та 68 в англійській мовах). В англійській мові продуктивними моделями утворення ТМ є моделі $Adj + N \rightarrow N$ (27 ЛО), наприклад, *flextime* 'гнучкий графік' (у цьому випадку також відбувається скорочення прикметника *flexible* 'гнучкий', який виступає як компонент А), зафіксовано також вісім випадків утворення ТМ в англійській мові за моделлю $Nom + N \rightarrow N$, наприклад, *twelvemonth* 'рік, 12 місяців'. Трикомпонентні ТМ-композити є нечисельними у німецькій мові (143 ЛО) і презентовані здебільшого структурними моделями із правобічним розгалуженням (85 лексичних одиниць), наприклад, $N + (N + N) \rightarrow N$ *Pfingstsonnabend* 'субота перед Трійцею', $N + (V + N) \rightarrow N$ *Heldengedenktage* 'день пам'яті героїв' тощо. Чотирикомпонентних ТМ-композитів зафіксовано лише дев'ять, наприклад $N + (N + (e)s + (Adj + N)) \rightarrow N$ *Weltjahresbestzeit* 'кращий річний рекорд часу'. Кількість зафіксованих еліптичних композитів є незначною, наприклад, нім. *Hundstage* (*Hundssternstage*) 'найспекотніші дні літа, коли сонце перебуває у сузір'ї Великого Пса', *Weiberfastnacht* (*Altweiberfastnacht*) 'останній четвер перед серединою на першому тижні Великого посту'.

Семантична класифікація меронімів-композитів є непростим завданням передусім через необхідність виведення певних узагальнюючих критеріїв, що дозво-

лили б об'єднати їхні структурні та семантичні характеристики. Найбільш прийнятною для визначення та класифікації семантичних характеристик меронімів-композитів є класифікація, розроблена у колективній праці "Deutsche Wortbildung. Typen und Tendenzen in der Gegenwartssprache. Vierter Hauptteil. Substantivkomposita" [23]. Представлена у ній класифікація ґрунтується на виявленні семантичних відмінків, семантичних ролей компонентів композитів за допомогою перифрази, трансформаційного методу [15, с. 294; 24, с. 51], що дозволяє універсалізувати внутрішньосемантичні й синтаксичні зв'язки композитів. Кількість семантичних ролей, які виокремлено на сучасному етапі розвитку лінгвістичної семантики, різняться від 6, визначених Ч. Філмором [10, с. 405–406] до, наприклад, 13 [20, с. 116–120] або 30 [23, с. 145]. Спираючись на зазначену класифікацію [23], у цій розвідці було розроблено семантичну класифікацію меронімів-композитів за типом семантичного відношення між їх компонентами, виведено формули тлумачення для кожного семантичного типу на підставі дібраного емпіричного матеріалу. Ця класифікація може бути використана для опису інших тематичних груп меронімів із розширенням набору семантичних типів та їхнього доповненням. За типом семантичного зв'язку можна розрізнити такі основні 10 типів ТМ-композитів (1132 у німецькій та 116 в англійській мовах):

1. ТМ-акціональні композити (537 ЛО у німецькій мові та 25 ЛО в англійській мові) позначають час за об'єктом дії, дією ("X впливає на об'єкт А / виконує певну дію над об'єктом А у час В", "X виконує дію А у час В"). ТМ демонструють два різновиди цього семантичного типу:

а) "афікований об'єкт – час", цей тип можна записати формулою "X впливає на об'єкт А / виконує певну дію над об'єктом А у час В", наприклад, *Liederabend* 'вечір, коли співають, пісенний вечір', *Bierabend* 'вечір, у який п'ють пиво, вечірка', англ. *scarletday* 'урочистий день, коли професори в університетах одягали кармінові мантиї' (перший компонент: *scarlet* 'одяг, мантия кармінового кольору'), додатково ТМ цього типу можуть мати такі значення: *рестриктивне значення*, коли "X може впливати тільки на об'єкт А, виконувати певну дію тільки над об'єктом А у час В", наприклад, *Obsttag* 'день, у який їдять тільки овочі'; *пермисивне значення* у випадку, коли "X може впливати на об'єкт А / виконувати певну дію над об'єктом А у час В", наприклад, *Kaffeepause* 'перерва на каву', *Zigarettenpause* 'пауза, під час якої можна покурити'; *прескриптивне значення*, коли "X виконує / мусить виконати певну дію над об'єктом А у час В за встановленим порядком", англ. *teetime* 'час традиційного пиття чаю, час подавати чай', *haytime* 'час косовиці (час косити сіно);

б) "подія – час події" (316 ЛО у німецькій, 22 ЛО в англійській мовах), коли композит позначає час, у який відбувається певна подія, цей тип можна передати формулою "X виконує дію А у час В", наприклад, *Leseabend* 'літературний вечір' *Putztag* 'день прибирання', англ. *wanderyear* 'рік мандрів', *washday* 'день прання'. У вигляді компонента А, як видно із вищевисловлених прикладів, здебільшого виступають віддієслівні іменні або ж дієслівні основи. Виконання певної діяльності, яка розгортається у позначуваний компонентом В час, може характеризуватися додатковими значеннями, а саме: *пермисивним значенням*, коли "X може виконати дію А у час В / має дозвіл на виконання дії А у час В", наприклад, *Gnadenfrist* 'пільговий термін, відстрочення', *Besichtigungszeit* 'години відвідування', англ. *playtime* 'час, коли можна гратися'; *прескриптивним значенням*, коли "X виконує / мусить виконати дію А у час В за встановленим порядком", наприклад, *Zahlungstermin*

'термін, у який *X* має сплатити *Y*', *Wartezeit* 'час очікування, час протягом якого *X* має зачекати', англ. *bedtime* 'час лягати спати'; перфективним значенням, коли "*X* виконав дію *A* у час *B* / дія *A* відбулася у час *B*", наприклад, *Gründungsjahr* 'рік заснування', англ. *birthday* 'день народження', *deathday* 'день смерті'. Окремий підтип "Подія – тема події (час)" становлять композити, у яких компонент *B*-час стає темою дії (часто повідомлень, міркувань), поданих у компоненті *A*, "*X* виконує дію *A*, темою якої є час *B*", наприклад, *Berichtszeitraum* 'звітний час, про який повідомляється, робиться звіт'.

2. Партитивні ТМ-композити (224 ЛО у німецькій та 34 в англійській мовах) позначають певне поняття за його партитивним зв'язком із ієрархічно вищим поняттям, характеризуються відношенням включення, мають два підтипи: а) "Ціле – частина": "*B* належить до *A*", "*A* має *B*", "*B* є частиною *A*" (208 ЛО у німецькій та 32 у англійській мовах), наприклад, *Jahreshälfte* 'півроку', *Jahresviertel* 'чверть року, квартал', *Zeitabschnitt* 'відрізок часу', *Dienstagvormittag* 'ранок вівторка', англ. *nighttime* 'нічний час', *wintertime* 'зима, час зими', *daydawn* 'світанок, ранок'; б) "Частина – ціле": "*A* належить до *B*", "*B* має *A*", "*A* є частиною *B*". У композитах цього семантичного типу акцент пересувається на компонент *A* (16 ЛО у німецькій та 2 ЛО у англійській мовах), наприклад, *Dreiviertelstunde* 'чверть години', *Vierteljahr* 'чверть року, квартал', англ. *noonday* 'середина дня', *twilight* букв. 'напівсвітло' 'сутінки'. При перифразі компонент *B* стає атрибутом у генетиві, отже *A* детермінується *B* на відміну від усталеної норми, коли *A* детермінує *B*, наприклад, *Dreiviertelstunde* – *Dreiviertel einer Stunde*.

3. Семантичний тип атрибутивних ТМ-композитів (139 ЛО у німецькій та 36 в англійській мовах) ("*B* – час має ознаку / властивість *A*, характеризується ознакою / властивістю, способом / виміром *A*", "*A* є видом *B* – родового поняття (часу)") об'єднує ТМ-композити, які дають якісну характеристику часу в композитах зі структурою іменник + іменник (*Comfortzeitalter* 'століття, яке характеризується підвищенням комфортом'), описують притаманні йому властивості у композитах зі структурою прикметник + іменник: нім. *Bestzeit* 'найкращий час, рекорд', *Normalzeit* 'поясний час', англ. *early-day* 'давні дні'; спосіб, у який він спливає: *Aktivferien* 'канікули з активним відпочинком, канікули, під час яких *X* є активним'; визначають його вимір: *Fünfunddreißigstundenwoche* 'робочий тиждень, що має 35 робочих годин', *Fünftageweche* 'п'ятиденний робочий тиждень', англ. *twelvemonth* '12 місяців, рік', *millennium* 'тисячоліття' (від лат. *mille* 'тисяча' + *ennium*, від *annus* 'рік, у даному випадку тисяча літ'), *sennight* букв. 'сім ночей' 'тиждень'; дають сутнісну характеристику видового ранжування у межах родового часового поняття ("*A* є видом *B* – родового поняття (часу)", у таких композитах перший компонент *A* може виражати основне значення всього композита, наприклад, *Ferialzeit* 'канікули' = *Ferien* 'канікули'. Підтип "Власне – відома особа – час, названий на честь цієї особи / за цією особою" позначає сегмент часу, присвячений відомій особистості, названий на її честь ("*B* названо на честь *A*") (31 ЛО у німецькій та 7 в англійській мовах), наприклад, *Jakobsttag* 'день Св. апостола Якова', *Valentinstag* 'день Св. Валентина', англ. *Saturday* 'субота, у римській міфології День Сатурна' і вказує водночас на походження певної традиції святкування та на маркованість визначеного проміжку часу певним моментом у минулому.

4. Екзистенціальні композити на позначення час-тин темпоральних понять (128 ЛО у німецькій мові та 2 в англійській) позначають місце або час за поняттями, які у них існують ("*B* – час, у якому / упродовж якого

існує, панує, відбувається *A*"), наприклад, *Dürrejahr* 'час посухи', *Friedenszeit* 'мирний час', англ. *wartime* 'час війни'. При цьому може йтися про додаткові відтінки значення: за ступенем інтенсивності (квантитативно-кваліфікативне значення), наприклад, *Sternennacht* 'зоряна ніч; ніч, коли спостерігається дуже багато зірок' *Nebeltag* 'туманний день; день із високою концентрацією туману в повітрі', англ. *floodtime* 'сезон повеней' та за розгортанням у часі (перфективне значення, якщо йдеться про час, що вже минув), наприклад, *Eiszeit* 'крижаний період'.

5. Композити з темпоральним значенням (56 ЛО у німецькій мові) додатково конкретизують певний момент у часі, коли має місце явище *B*, при цьому *B* може позначати також часове поняття ("*B* припадає на час *A*"), наприклад, *Abenddämmerung* 'вечірні сутінки', *Sommerpause* 'літня перерва у роботі суспільних закладів', *Morgendämmerung* 'вранішні сутінки', *Weihnachtsabend* 'різдвяний вечір'.

6. Агентивні ТМ-композити (20 ЛО у німецькій та 4 у англійській мовах), які позначають певне поняття за дією, ініціатором дії у позначуваній компонентом *B* час ("*A* діє у час *B*"). Наприклад, *Diadochenzeit* 'час правління Діадохів (2-3 ст. до Р. Х.)', *Hitlerzeit* 'час, коли у Німеччині керував Гітлер, панував націонал-соціалізм', *Nazizeit* 'час панування нацистів', англ. *sunrise* 'схід сонця': у цьому випадку сонце не є істотою, але сприймається як активний об'єкт, що переміщується, діє, у багатьох міфологічних системах дорівнює живій істоті, у тому числі у германських мовах, у яких неділя – день тижня, що присвячений сонцю.

7. Локативні ТМ-композити (14 ЛО у німецькій та 15 у англійській мовах) конкретизують місце, у якому проводиться час *B* ("*X* проводить час *B* у *A*"), *Heimabend* 'домашня вечірка', *Kneipeabend* 'вечірка у кнайпі', *Hotelnacht* 'ніч, проведена в готелі, ніч, яку *X* провів у готелі', англ. *afternoon* 'час після обіду'.

8. Бенефактивні ТМ-композити (6 ЛО у німецькій мові), які позначають *B* – час, який проводиться на користь певного суб'єкту – *A* ("*A* отримує користь *B*"), наприклад, *Kindertag* 'день дітей, день, коли для дітей проводять різні заходи і под.', *Elternsprechstunde* 'час бесіди вчителів із батьками учнів у школі'.

9. Консекутивно-каузативні ТМ-композити (4 ЛО у німецькій мові), які виражають причинно-наслідкові відношення між впливом на певний об'єкт у позначуваній *B* час, унаслідок чого виникає певна властивість ("*Результат A* виникає у час *B*"), наслідок, позначуваний *A*, *Kochzeit* 'час приготування їжі', *Garzeit* 'час, у який *X* готує, час, який потрібен аби приготувати *Y*'.

10. Каузативні ТМ-композити (4 ЛО у німецькій мові) позначають відношення між *A* – причиною та *B* – наслідком ("*A* є причиною *B*", "*B* є наслідком *A*"), наприклад, *Altersteilzeit* 'скорочений робочий час для працівників похилого віку перед виходом на пенсію'.

Найбільшою продуктивністю в обох досліджуваних мовах характеризуються акціональні, партитивні та атрибутивні ТМ-композити, що є доволі передбачуваним, оскільки, як уже зазначалося вище, людина сприймає час суб'єктивно і перш за все через призму заповнення кожного часового проміжку своєю діяльністю, через власну характеристику та власний розподіл цього часу. Деякі ТМ зазнають переосмислення, наприклад, *Grabesnacht* ('могила' + 'ніч') 'дуже темна ніч', *Sommerloch* ('літо' + 'діра') 'час відсутності гучних політичних новин влітку'. Багато із цих лексикалізованих одиниць уже функціонують як терміни, наприклад, *Eiszeit* 'крижаний період', *Kreidezeit* 'крейдовий період'. Лексична одиниця *Vormärz* позначає не 'початок берез-

ня', або ж 'період перед березнем місяцем', а 'історичну епоху, період у Німеччині з 1815 року і до Революції у березні 1848'. Аби зрозуміти значення деяких ТМ-комполітів із непрозорою мотивацією, необхідно звертатися також до їхньої етимології, наприклад, нім. *Karwoche* 'страсний тиждень' походить від двн. *Chara* 'плач, жалоба' і є відсутнім у сучасній німецькій мові.

Полісемія темпоральних меронімів розвивається переважно на базі метонімічного переносу, оскільки саме зв'язки за суміжністю є найважливішими для розвитку семантичного потенціалу ТМ. Навпаки, утворення самих ТМ часто відбувалося за рахунок метафоричних переносів, наприклад, *Glanztag* 'успішний, чудовий день', *Katerfrühstück* 'вранішній сніданок після великої кількості вжитого напередодні алкоголю', *Kristallnacht* 'кришталева ніч, погроми кварталів євреїв 9 листопада 1938 р.', англ. *heyday* 'удалий, успішний час, день' (як перший компонент функціонує вигук *hey*, який виражає значення радості, щастя). Поняття часу також уживається у складі метафор часу, наприклад, *час летить, біжить* і под. Із-поміж виявлених моделей **метафоричного** переносу в процесі розвитку полісемії ТМ (лише 3 ЛСВ у німецькій та 87 ЛСВ у англійській мовах) знаходиться така модель, як: ТМ → позначення абстрактного поняття, наприклад, нім. *Spitzenzeit* букв. 'час найбільш інтенсивного руху', 'кращий спортивний час як досягнення', англ. *evening* букв. 'вечір', 'період занепаду'. Із-поміж регулярних та продуктивних моделей **метонімічних** переносів, за рахунок яких розвивається полісемія ТМ (127 ЛСВ у німецькій та 363 у англійській мовах), можна визначити такі моделі: **ТМ → позначення діяльності** протягом цього часу, періоду, заповненого певною діяльністю, історичного періоду, наприклад, *Abend*, англ. *evening* букв. 'вечір', 'вечірка, літературний, театральний вечір та ін.'; **ТМ → інший ТМ**, наприклад, англ. *afternoon* букв. 'час по обіді (до вечора)', 'час по обіді й до півночі'; **ТМ → локативний меронім**: нім. *Etappe* букв. 'етап', 'тиловий район фронту', англ. *interval* букв. 'інтервал, часовий проміжок', 'певне вкраплення у рельєфі, низина'; **ТМ → позначення ієрархічного поняття, частини сукупності**: нім. *Schuljahr* букв. 'навчальний рік', 'клас'; **ТМ → афікований об'єкт**, наприклад, *Brotzeit* букв. 'час їжі, пауза для того, щоб поїсти', 'їжа', англ. *morning* букв. 'ранок', 'легка закуска перед сніданком, порція алкогольного напою перед сніданком'; **ТМ → квантитативний меронім**: нім. *Minute*, англ. *minute* букв. 'хвилина', 'градус', англ. *day* букв. 'день (час від ранку до вечора)' 'одиниця виміру відстані (кількість днів подорожі)'. До менш продуктивних моделей метонімічного переносу належать, наприклад, перенос: **ТМ → найменування людини, її віку, років життя**: нім. *Lenz* букв. 'весна', 'молоді роки', нім. *Mittelalter* букв. 'Середньовіччя', 'людина середнього віку'; **ТМ → позначення напрямку** (у німецькій мові): нім. *Morgen* букв. 'ранок', 'схід', *Abend* '(букв. 'вечір') захід'; **ТМ → результат, що виникає внаслідок існування цього часового періоду**, наприклад, англ. *dusk* букв. 'сутінки (вранішні або ж вечірні)', 'колір, що варіюється від сіро-синього до темно-сірого' тощо.

Здійснене дослідження структурно-семантичних особливостей темпоральних меронімів у досліджуваних мовах дозволяє дійти таких висновків щодо особливостей їх структурного та семантичного розвитку:

Стосовно структурної організації ТМ, більшість досліджених лексичних одиниць є детермінативними субстантивними композитами, серед яких переважають двокомпонентні утворення без з'єднувального елемента, із-поміж зафіксованих трикомпонентних ТМ домінують композити із правобічним розгалуженням. За дани-

ми дослідження, до найчисельніших семантичних типів темпоральних меронімів належать акціональні, партитивні та атрибутивні ТМ. Розподіл досліджуваних лексичних одиниць за тематичним складом дозволяє констатувати найбільшу наповненість у таких тематичних групах ТМ, як позначення певного періоду за видом діяльності людини та подіями її життя (655 лексичних одиниць у німецькій та 62 у англійській мовах), сегментів року (181 ТМ у німецькій та 33 у англійській мовах) та доби (162 ТМ у німецькій і 67 у англійській мовах) як найважливіших параметрів розподілу її часу. Зазначене дозволяє констатувати суттєву перевагу одиниць, які позначають суб'єктивне сприйняття часу людиною, над позначеннями об'єктивного часу. ТМ у німецькій мові характеризуються невисоким рівнем полісемії, більшість досліджуваних лексичних одиниць є моносемантичними, що пояснюється їхніми структурними особливостями, адже значна їх частина є композитами, що накладає обмеження на розвиток полісемії. ТМ в англійській мові, навпаки, розвивають значний рівень полісемії. Полісемія ТМ розвивається здебільшого за рахунок метонімічних переносів, на противагу тому факту, що значна кількість самих ТМ утворена також за допомогою метафори. Серед визначених моделей метонімічного переносу найпродуктивнішими є переноси із ТМ на позначення певного виду діяльності, якою заповнений позначуваний проміжок часу, та переноси з одного ТМ на інший. Вплив національно-культурної специфіки на формування моделей конкретних семантичних типів меронімів та на розвиток їхньої полісемії реалізується у сформованості деяких стереотипів щодо сприйняття й сегментації цілого носіями німецької та англійської мов, які зумовлені їхнім менталітетом, соціальним устроєм та історичним перебігом подій. Темпоральні мероніми у німецькій мові засвідчують стереотип важливості порядку, чіткості й акуратності у розподілі часу, найдрібніших його сегментів тощо. Це характеризує також темпоральні мероніми в англійській мові, утім ступінь структурованості часового простору в німецькій мові є вищим. ТМ позначають сегменти абстрактного поняття – часу, яке надалі впорядковується відповідно до предметних та конкретних уявлень людини про оточуючий світ.

Перспективою цього дослідження може бути простеження особливостей функціонування меронімічної лексики у різних функціональних стилях мови та у різних типах тексту, а також вивчення особливостей сегментації меронімів носіями різних мов у кроскультурному контексті.

Список використаних джерел:

1. Арутюнова Н. Д. Логический анализ языка. Язык и время / Н. Д. Арутюнова, Т. Е. Янко. – М.: Изд-во "Индрик", 1997. – 352 с.
2. Вежбицкая А. Сопоставление культур через посредство лексики и прагматики / А. Вежбицкая. – М.: Языки славянской культуры, 2001. – 272 с.
3. Зализняк А. А. Время суток и виды деятельности / А. А. Зализняк, А. Д. Шмелев // Логический анализ языка. Язык и время / отв. ред. Н. Д. Арутюнова, Т. Е. Янко. – М.: Изд-во "Индрик", 1997. – С. 229–240.
4. Левицкий В. В. Этимологический словарь германских языков: в 2-х т. / В. В. Левицкий. – Винница: Нова Книга, 2010. – Т. 1. – 616 с.
5. Малімон Л. К. Системні та функціональні характеристики іменників на позначення часу в сучасній англійській мові: автореф. дис. ... канд. філол. наук: спец. 10.02.04. "Германські мови" / Л. К. Малімон. – К., 1999. – 20 с.
6. Материнська О. В. Меронімія у дзеркалі різних лінгвокультур / О. В. Материнська // Мовні і концептуальні картини світу. – Київ: ВПЦ "Київський університет", 2016. – № 57. – С. 259–267.
7. Материнська О. В. Моделювання меронімічних відношень у лексичній системі мови / О. В. Материнська // Мовознавство. Науково-теоретичний журнал інституту мовознавства ім. О. О. Потебні та українського мовно-інформаційного фонду НАН України. – Київ: Видавничий дім "Академперіодика" НАН України, 2013. – № 6 (273). – С. 58–67.

8. Материнська О. В. Локативні мероніми в німецькій мові / О. В. Материнська // Проблеми зіставної семантики : зб. наук. статей. – Київ : КНЛУ, 2009. – Вип. 9. – С. 214–219. .
9. Сепир Э. Избранные труды по языкознанию и культурологии / Эдвард Сепир ; пер. с англ. / общ. ред. и вступ. ст. А. Е. Кибрика. – М. : Издательская группа "Прогресс", 1993. – 656 с.
10. Филлмор Ч. Дело о падеже / Чарльз Филлмор / пер. с англ. Е. Н. Саввиной // Новое в зарубежной лингвистике. – 1981. – Вип. 10. – С. 369–495.
11. Dornseiff F. Der deutsche Wortschatz nach Sachgruppen / Franz Dornseiff. – Berlin ; New-York: Walter de Gruyter, 2004. – 933 S.
12. Duden in 12 Bd-n: Das Standardwerk zur deutschen Sprache. – Bd. 7 : Herkunftswörterbuch : Etymologie der deutschen Sprache / Hrsg. Von der Dudenredaktion. – 2., völlig neu bearbeitete und erweiterte Auflage. – Mannheim; Leipzig; Wien; Zürich: Dudenverlag, 1989. – 839 S.
13. Duden "Das große Wörterbuch der deutschen Sprache" in 6 Bd. / hrsg. u. bearb. vom Wissenschaftlichen Rat u. d. Dudenred. unter der Leit. von Günther Drosdowski. – Mannheim; Wien; Zürich: Bibliographische Institut, 1970. – 1980. – Bd. 1. – 464 S.; Bd. 2. – 928 S.; Bd. 3. – 1408 S.; Bd. 4. – 1904 S.; Bd. 5. – 2432 S.; Bd. 6. – 2992 S.
14. Duden Deutsches Universal Wörterbuch / hrsg. von der Dudenredaktion. – Mannheim; Leipzig; Wien; Zürich: Dudenverlag, 2001. – 1892 S.
15. Engel U. Gaudium in scientia linguarum. Ausgewählte Schriften / Ulrich Engel / A. Jurasz, A. Kątny, E. Tomiczek (Hgg.). – Wrocław; Dresden : Neisse Verlag, 2006. – 371 S. (Beihefte zum ORBIS LINGUARUM; 44).
16. Fischer W. Englischer Wortschatz nach Sachgruppen / Walter Fischer. – Göttingen: Vandenhoeck und Ruprecht. 3. Aufl., 1972. – 237 S.
17. Górka E. On partonomy and taxonomy / Elisabeth Górka // Studia Anglica Posnaniensia. – 2003. – V. 39. – P. 103–111.
18. Husserl E. Zur Lehre von den Ganzen und Teilen / Edmund Husserl // Logische Untersuchungen. – Hamburg: Felix Meiner Verlag, 2009. – 813 S. – (Philosophische Bibliothek; Bd. 601).
19. Kluge F. Etymologisches Wörterbuch des deutschen Sprache, 23 erweiterte Auflage: Walter de Gruyter, Berlin-New-York, 1999. – 921 S.
20. Kürschner W. Zur syntaktischen Beschreibung deutscher Nominalkomposita. Auf der Grundlage generativer Transformationsgrammatiken / Wilfried Kürschner. – Tübingen: Max Niemeyer Verlag, 1974. – 228 S. – (Linguistische Arbeiten; 18).
21. Materynska O. Typologie der Körperteilbenennungen: (Monographie) / Olena Materynska. – Frankfurt am Main; Berlin; Bern; Bruxelles; New-York; Oxford; Warszawa; Wien: Peter Lang, 2012. – 246 S. (Danziger Beiträge zur Germanistik. – Bd. 41.).
22. Materynska O. Teil-Ganzes Beziehungen im interkulturellen Vergleich // Festschrift für Prof. Andrzej Kątny zum 65. Geburtstag / Olena Materynska. – Frankfurt am Main ; Berlin; Bern; Bruxelles; New-York, Oxford, Warszawa, Wien: Peter Lang, 2014. – S. 357–369 (Danziger Beiträge zur Germanistik. – Bd. 48.).
23. Ortner L. Substantivkomposita (Komposita und kompositionssähnliche Strukturen) / Deutsche Wortbildung: Typen und Tendenzen in der Gegenwartssprache; eine Bestandsaufnahme des Instituts für Deutsche Sprache, Forschungsstelle Insbruck / Lorelies Ortner, Elgin Müller-Bollhagen. – Berlin; New-York: Walter de Gruyter, 1991. – 863 S. – (Vierter Hauptteil Sprache der Gegenwart; Bd. LXXIX).
24. Shaw H. J. Motivierte Komposita in der deutschen und englischen gegenwärtigen Sprache / J. Howard Shaw. – Tübingen : Gunter Narr Verlag, 1979. – 256 S. – (Tübinger Beiträge zur Linguistik ; Bd. 118).
25. The Oxford-Duden Pictorial German and English Dictionary, 2.-edition / ed. by the Dudenredaktion and the German section of the Oxford University Press Dictionary Department. – Oxford: Clarendon Press, 1994. – 677 p.
26. Torp A. Norwegisch-dänisches etymologisches Wörterbuch / Alf Torp, H. S. Falk. – Heidelberg: Carls Winter's Universitätsbuchhandlung, 1910. – Erster Teil. – 1911. – Zweiter Teil. – 1722 S.
27. Winston M. E. A taxonomy of part-whole relations / Morton E. Winston, Roger Chaffin, Douglas Herrmann // Cognitive Science: a multidisciplinary journal. – 1987. – Vol. 11. – P. 417–444.

Надійшла до редколегії 30.10.17

O. Materynska, Dr.habil., associate professor
Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine

STRUCTURE AND SEMANTICS OF TEMPORAL MERONYMS IN GERMAN AND ENGLISH

This paper dwells upon the structural and semantic types of nouns denoting segments of time (temporal meronyms) in German and English. As a result of the conducted research the units under analysis are classified according to the thematic subgroups; their structural and semantic types are revealed, the paths of their polysemy development by means of the metaphoric and metonymic transference are traced. The research highlights the interrelations between structural and semantic organization of the lexical units under analysis. Thus the systematic model of their description is presented. The results obtained demonstrate the significant differences in segmentation of temporal notions even in the closely related languages: German and English. The empirical data enables the systematization of the existing stereotypes of time ordering, means of their denotation and representation in language based upon nouns researched in two languages under analysis.

Key words: temporal meronyms, structural and semantic type, polysemy, meronym, metaphor, metonymy.

E. Материнская, д-р филол. наук, доц.
Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, Киев, Украина

СТРУКТУРА И СЕМАНТИКА ТЕМПОРАЛЬНЫХ МЕРОНИМОВ В НЕМЕЦКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКАХ

Представленная статья посвящена исследованию структурно-семантических типов существительных – наименований сегментов времени (темпоральных меронимов) в немецком и английском языках. В исследовании разработана их тематическая классификация, определены структурно-семантические типы, описаны пути развития полисемии за счет метафорических и метонимических переносов, прослеживаются корреляции между структурной и семантической организацией исследуемых лексических единиц, что позволяет создать модель их системного описания. Результаты исследования демонстрируют отличия в сегментации темпоральных понятий даже в близкородственных языках: немецком и английском. Эмпирический материал способствует систематизации данных про существующие в немецком и английском языках стереотипы упорядочивания времени, способов его обозначения и языковой репрезентации на материале существительных двух исследуемых языков.

Ключевые слова: темпоральные меронимы, структурно-семантический тип, полисемия, мероним, метафора, метонимия.

УДК 811.134.2'42

С. Сєчіна, асп.
Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ

ФРЕЙМОВЕ МОДЕЛЮВАННЯ КОНЦЕПТУ IDENTIDAD: ПРЕДМЕТНО-ЦЕНТРИЧНИЙ ТА ІДЕНТИФІКАЦІЙНИЙ ФРЕЙМ

Статтю присвячено фреймовому моделюванню номінацій концепту IDENTIDAD. Проаналізовано предметно-центричний та ідентифікаційний фрейми для представлення когнітивного простору концепту IDENTIDAD в іспанській мові. Проведено логічний аналіз слотів предметно-центричного й ідентифікаційного фреймів для розкриття схеми генералізації та специфікації; здійснено аналіз якісних, кількісних і локативно-темпоральних характеристик досліджуваного концепту.

Ключові слова: предметно-центричний фрейм, ідентифікаційний фрейм, когнітивний простір, слот.

Актуальність дослідження зумовлена важливістю концепту IDENTIDAD для представників іспаномовних соціумів, а також застосуванням поняттєвого апарату

й недотичного інструментарію антропоцентричної парадигми, яка на сучасному етапі є пріоритетною в гуманітарних науках.

Метою дослідження є вивчення когнітивного простору концепту IDENTIDAD в іспанській мові за допомогою моделювання предметно-центричного та ідентифікаційного фреймів, оскільки саме зазначені фрейми являють узагальнену статичну модель об'єкта цього дослідження.

Об'єктом дослідження є фреймове моделювання номінацій концепту IDENTIDAD в іспанській мові.

Предметом дослідження стали лексичні одиниці, що формують структурну організацію досліджуваного концепту.

Матеріалом дослідження служать енциклопедичні, етимологічні та тлумачні словники іспанської мови, що розкривають зміст концепта IDENTIDAD, а також художні тексти іспанської сучасної літератури (півострівний, мексиканський, чилійський національний варіант іспанської мови). Вибір матеріалу пояснюється тим, що саме художня література чітко фіксує поточну мовну реальність і максимально відображає актуальне функціонування мови.

Наукова новизна дослідження полягає в тому, що незважаючи на значний інтерес до вивчення концептів та їх структури в сучасній лінгвістичній науці, концепт IDENTIDAD до цього часу не був предметом когнітивного аналізу із застосування фреймового моделювання.

Фреймову семантику як лінгвістичну концепцію вперше було запропоновано Ч. Філмором у середині 70-х років як розвиток його теорії відмінкової грамматики. Фреймова семантика – це засіб когнітивного та семантичного моделювання мови. Вона дає можливість моделювати принципи структурування й відображення певної частини людського досвіду, знань у значеннях мовних одиниць, способів активації загальних знань, які забезпечують розуміння у процесі мовної комунікації.

Спочатку Ч. Філмор розумів фрейм суто лінгвістично, а саме як систему вибору мовних знаків – слів, граматичних правил і мовних категорій, які асоціювалися із прототипічними сценами й типовими ситуаціями. Дещо згодом це поняття трактується з когнітивної позиції як особлива уніфікована конструкція знання або схематизація досвіду. У праці "Фреймова семантика" Ч. Філмор визначає фрейм як певну структуру поданих для опису стереотипних ситуацій, набутих у результаті попереднього досвіду знання про цю ситуацію [11, с. 60].

Фреймове моделювання вважається одним із продуктивних способів установлення структури концепту. Засновник теорії фреймів М. Мінський зазначає, що "людина, намагаючись пізнати нову для себе ситуацію чи по-новому подивитись на звичні речі, обирає зі своєї пам'яті певну структуру даних (образ), названий нами фреймом, із таким розрахунком, щоб шляхом зміни в ній окремих деталей зробити її придатною для розуміння більш широкого класу явищ та процесів. Фрейм є структурою даних для уявлення стереотипної ситуації" [5, с. 7]. Фрейм, що має більш чітку, ніж концепт, структуру, може використовуватись для моделювання концепту. Ідеї М. Мінського були інтерпретовані у подальших дослідженнях і дефініціях фрейму. Ця інтерпретація базується на положеннях про те, що за допомогою фреймової моделі можна подати структури знань різного за змістом і обсягом інформаційно-

го наповнення; константними є конфігурації, що репрезентують повсякденні знання, які, у свою чергу, являють собою конвенціоналізовані уявлення й вірування; ядерні складники фрейму здатні відтворювати інформацію таких смислових пластів, як "онтологічний (знання про світ як матеріальний, так і духовний), аксіологічний та модальний (оцінювання суб'єктом світу і модус його свідомості), лінгво-прагматичний (канони мовної комунікації)" [2, с. 6–7].

Фрейми можна визначити як особливі уніфіковані структури знання або схематизації досвіду. Вони використовуються для моделювання знань різної природи й різного ступеня абстракції [8, с. 111]. Ці знання можуть бути наукові, побутові, повсякденні, а також такими, що ґрунтуються на культурних та соціальних практиках [10, с. 89].

Фрейм за своєю структурою являє дворівневу модель, що складається із макропропозиції (вершини) та слотів, які заповнюють пропозиції. Фрейм – це ієрархічна структура, верхні рівні якої заповнені інформацією, інваріантною для всього класу об'єктів, які визначаються цим фреймом. Нижні рівні фрейму, термінали заповнюються змінними даними, що характеризують особливості окремих об'єктів, які належать до певного класу. Якщо застосувати таку структуру фрейму для дослідження концепту, то можна простежити те, що мовний матеріал, розподілений по терміналах, слотах і підслотах, легко піддається семантичному аналізу [1, с. 37].

Основним конститuentом типових фреймів є категорія предмета (слот ДЕХТО/ДЕЩО) – іменник. Іншими понятійними категоріями є якість (слот ТАКИЙ) – прикметник; кількість (СТІЛЬКИ) – числівники та інші квантифікатори; категорія буття (ІСНУЄ ТАК) – стативи та дієслова, або категорія дії (ІСНУЄ ДІЮЧИ), виражена дієсловами; категорії способу буття (ТАК), оцінки (ТАК), місця (ТУТ/ТАМ), часу (ЗАРАЗ/ТОДІ), виражені прислівниками [9, с. 7].

С. А. Жаботинська у своїх дослідженнях використовує п'ять базових фреймів, кожен із яких має свої модифікації. Предметний характеризує одну й ту саму сутність (ДЕХТО або ДЕЩО) за кількісними, часовими та локативними ознаками; ідентифікаційний демонструє відношення ідентифікації, класифікації й характеристики, коли ДЕЩО-вид є ДЕЩО рід (або роль); посесивний демонструє зв'язок ДЕЩО-володар має ДЕЩО-об'єкт володіння; акціональний містить кілька складників (актанти: СУБ'ЄКТ, ОБ'ЄКТ, СПОСТЕРІГАЧ, БЕНЕФАКТИВ, МАЛЕФАКТИВ; об'єктивні сирконстанти: МІСЦЕ, ЧАС; суб'єктивні сирконстанти: МЕТА, МОТИВ, СПОСІБ, ПОВЕДІНКА, НАСЛІДКИ); компаративний формується за допомогою зв'язків тотожності, схожості та подібності, коли ДЕЩО-референт є ДЕЩО-корелят [3, с. 8–10].

У предметно-центричному фреймі визначаються якісні, кількісні, темпорально-локативні, буттєві характеристики досліджуваного концепту за допомогою таких слотів: IDENTIDAD є ТАКОЮ (якість), IDENTIDAD є СТІЛЬКИ (кількість), IDENTIDAD є ТУТ (місце), IDENTIDAD є ТОДІ (час) і IDENTIDAD існує ТАК (спосіб буття) (рис. 1).

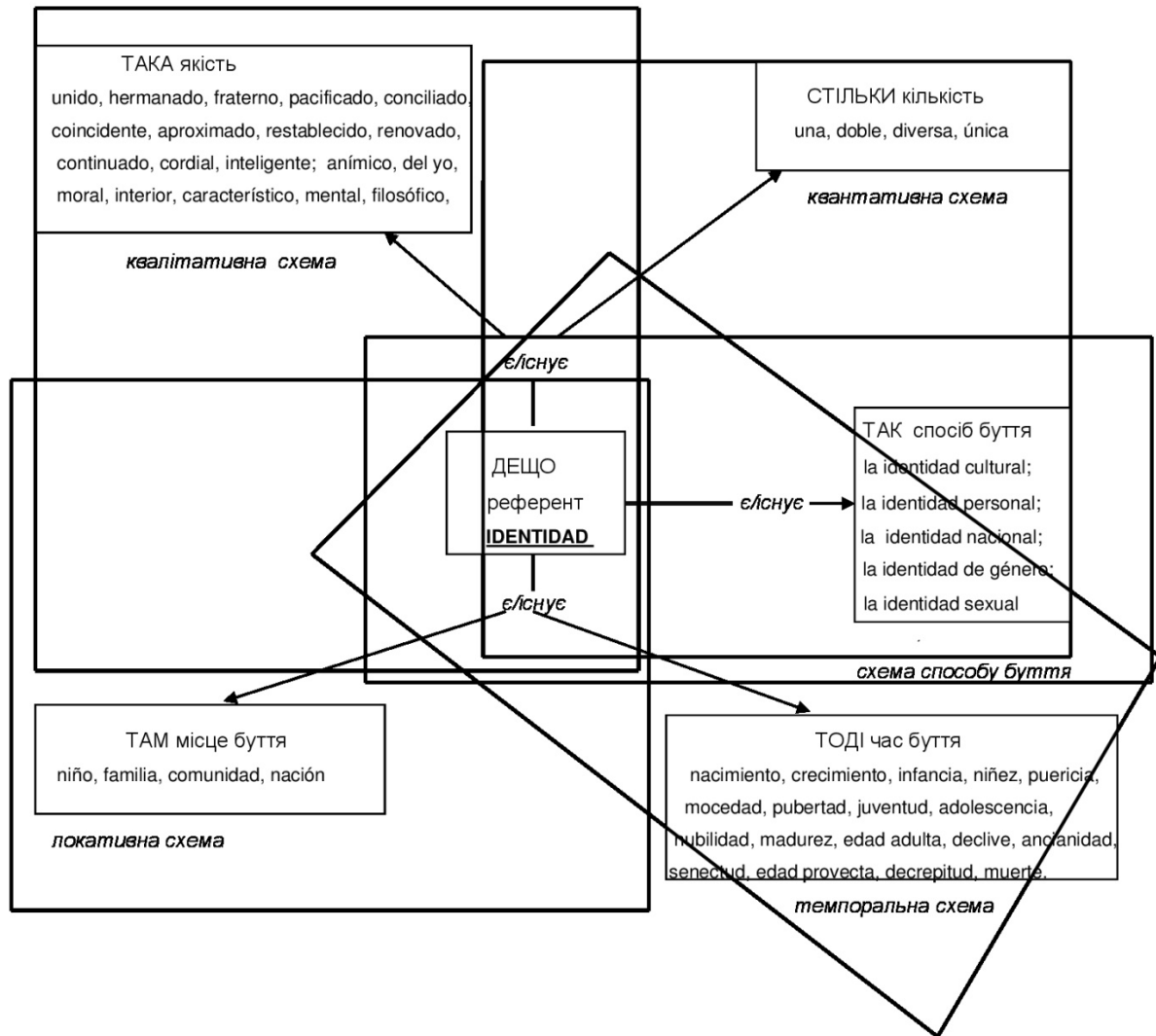


Рис. 1. Фреймове моделювання концепту IDENTIDAD: предметно-центричний фрейм

Слот IDENTIDAD є ТАКОЮ – заповнюється прикметниками з такими ознаками: **reconciliación**: *unido, hermanado, fraterno, pacificado, conciliado, coincidente, aproximado, restablecido, renovado, continuado, cordial, inteligente*; **psicológico**: *psíquico, espiritual, anímico, del yo, moral, interior, característico, subjetivo, abstracto, mental, filosófico, personal, natural, constitucional, peculiar*; **semejante**: *similar, equivalente, comparable, parecido, afin, exacto, idéntico, igual, fiel, correlativo, copiado, imitado, simulado, homólogo, uniforme, pariente, sosias, reemplazante, igualado, propio, impreciso*; **vivo**: *existente, viviente, servivo, organizado, vital, sobreviviente, persistente, resistente, coexistente, aguantador, vitalicio*.

Слот IDENTIDAD є СТІЛЬКИ (кількість) актуалізує характер ідентичності такими прикметниками, як *una, doble, diversa, única*.

Слот IDENTIDAD є ТУТ (місце) відображає локативні характеристики ідентичності, які умовно можна поділити на:

niño: ім'я, яке батьки дають своїй дитині при народженні, їх очікування та плани щодо майбутнього свого первістка;

familia: найважливіше оточення (entorno), яке включає цінності, моральні якості для формування вірувань, думок, поведінки. Таким чином, сім'я – це той фактор, що формує ідентичність протягом періоду дитинства і частини підліткового віку; він може бути настільки силь-

ним, що ототожнення із сімейним середовищем у мовної особистості зберігається протягом усього життя і вона передає такий самий зміст наступним поколінням;

comunidad: різні соціальні групи, що становлять суспільство й оточення мовної особистості, наприклад, друзі, сусіди, товариші зі школи, колеги по роботі; мовна особистість ідентифікує себе в кожній із цих груп, що сприяє баченню своєї ролі у світі, зокрема, у межах країни та суспільства;

nación: це оцінка свого походження, наближення до різних етнічних груп, які формують країну.

Слот IDENTIDAD є ТОДІ (час) актуалізує темпоральні характеристики ідентичності шляхом репрезентації лексем, які позначають життєві фази мовної особистості від моменту народження до моменту смерті: *nacimiento, crecimiento, infancia, niñez, puericia, mocedad, pubertad, juventud, adolescencia, nubilidad, madurez, edad adulta, declive, ancianidad, vejez, senectud, edad proveya, decrepitud, muerte*.

Слот IDENTIDAD існує ТАК репрезентує спосіб існування ідентичності в таких основних вимірах, як:

la identidad cultural: переймає всі характеристики певної культури, а саме: вірування, звичаї, поведінку, традиції, цінності, якими володіє певний мовний колектив, що дозволяє їм ідентифікувати та вирізнити себе з-поміж інших;

la identidad personal: те, чим володіє кожна мовна особистість з моменту надання їй ім'я та прізвища;

la identidad nacional: означає стан або почуття ідентичності того, що кожен належить до нації або території, яка може включати такі аспекти, як власну культуру та мову;

la identidad de género: сукупність почуттів і думок мовної особистості, яка дає їй можливість ідентифі-

кувати себе за гендерними ознаками; це ідентичність, яка відрізняється від сексуальної ідентичності (**la identidad sexual**).

Ідентифікаційний фрейм, де дві предметні сутності пов'язані зв'язкою 'є', моделює відношення "ДЕХТО/ДЕЩО – ідентифікатив є ДЕХТО/ДЕЩО-класифікатор" [5, с. 361]. Варіантами ідентифікаційного фрейму концепту IDENTIDAD є такі схеми (рис. 2):

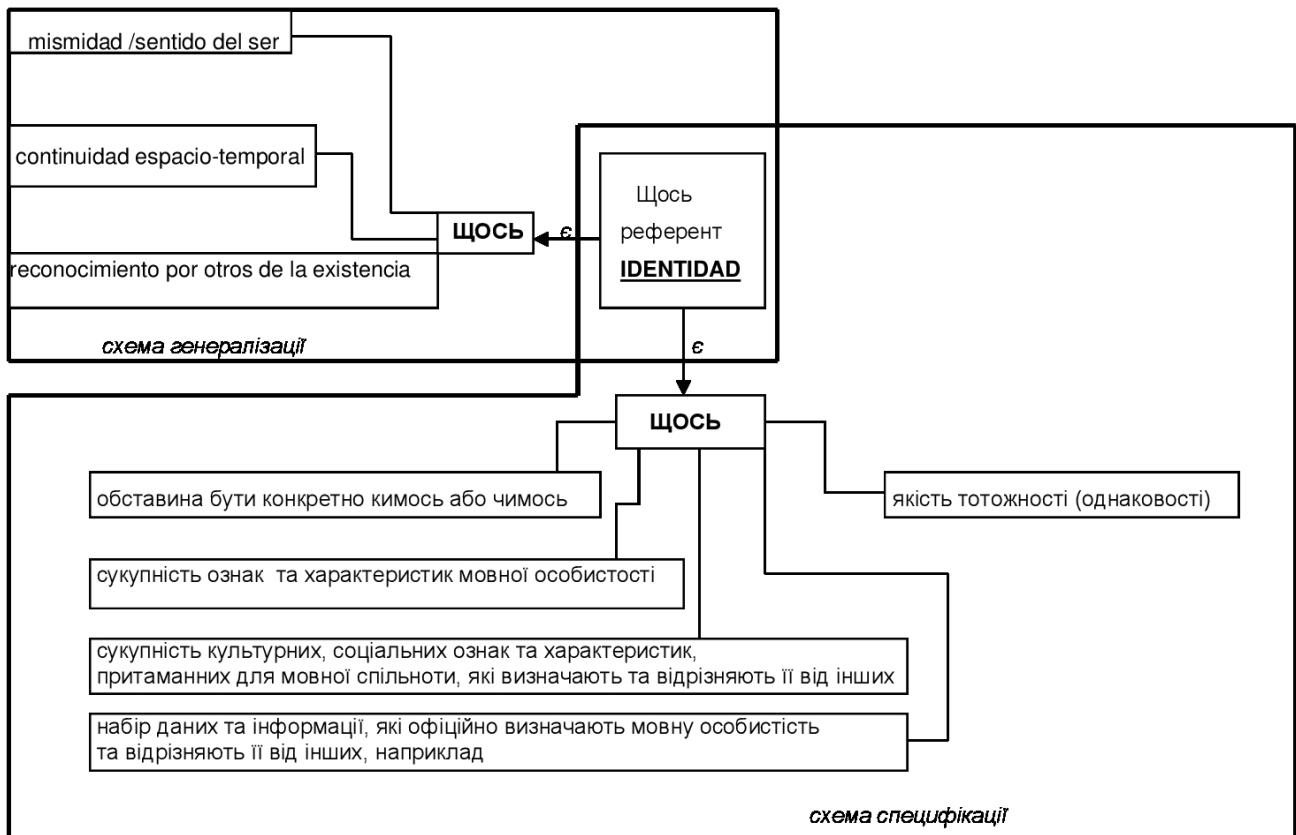


Рис. 2. Фреймове моделювання концепту IDENTIDAD: ідентифікаційний фрейм

Схема генералізації співвідносить ідентифікатив із сутністю загального плану, коли ЩОСЬ (ідентифікатив) є ЩОСЬ (класифікатор) [там само]. У цій схемі можна розглянути такі слоти, як:

ЩОСЬ (IDENTIDAD) є ЩОСЬ-mismidad чи sentido del ser: *el alma inteligente, sabiendo lo que es y capaz de decir este yo que tanto dice, permanece y subsiste metafísicamente y moralmente y constituye la personalidad*.

ЩОСЬ (IDENTIDAD) є ЩОСЬ-continuidad espacio-temporal: це складовий елемент, який зберігає безперервність простору-часу в нашій свідомості, дозволяє будувати унікальні ознаки ідентичності, базуючись на пережитому досвіді [15].

ЩОСЬ (IDENTIDAD) є ЩОСЬ-reconocimiento por otros de la existencia: *"La formación de la identidad emplea un proceso de reflexión y observación simultáneas que tiene lugar en todos los niveles del funcionamiento mental. Según este proceso, el individuo se juzga a sí mismo a la luz de lo que percibe como la manera en que los otros lo juzgan a él comparándolo con ellos y en los términos de una tipología significativa para estos últimos, por otra parte, juzga la manera en que los otros lo juzgan a él, a la luz del modo en que se percibe en comparación con los otros y en relación con tipos que han llegado a ser*

importantes para él. Por suerte este proceso es, en su mayor parte, inconsciente..." [14; 16].

Схема специфікації уточнює ідентифікатив та переводить поняття про нього у конкретніший план, а саме ЩОСЬ (ідентифікатив) є ЩОСЬ (специфікатор) [5, с. 361]. На цьому рівні ідентифікаційний фрейм заповнюється такими слотами:

ЩОСЬ (IDENTIDAD) є ЩОСЬ-обставина бути конкретно кимось або чимось, наприклад, *crisis de identidad; no querían perder su identidad; a veces ni siquiera se llega a conocer la identidad de la víctima; entre las ropas del mendigo no había ningún certificado que aclarase su identidad*;

ЩОСЬ (IDENTIDAD) є ЩОСЬ-сукупність ознак і характеристик мовної особистості, які відрізняють її від інших, наприклад *nunca revelará su verdadera identidad*;

ЩОСЬ (IDENTIDAD) є ЩОСЬ-сукупність культурних, соціальних ознак та характеристик, притаманних для мовної спільноти, які визначають і відрізняють її від інших, наприклад *estaban temerosos de los efectos que la industrialización pudiera tener en su soberanía e identidad nacional*;

ЩОСЬ (IDENTIDAD) є ЩОСЬ-набір даних та інформації, які офіційно визначають мовну особистість та відрізняють її від інших, наприклад *la policía le proporcionó una nueva identidad; había usurpado la identidad de alguien a quien yo conocí y que estaba muerto*;

ЩОСЬ (IDENTIDAD) є ЩОСЬ-якість тотожності (однаковості), наприклад *la homofonía es la identidad de pronunciación de dos palabras distintas que presentan diferencias en su ortografía* [12].

Результати проведеного дослідження, а саме логічний аналіз слотів предметно-центричного й ідентифікаційного фреймів концепту IDENTIDAD дали можливість розкрити схеми генералізації та специфікації; якісні, кількісні й локативно-темпоральні характеристики досліджуваного нами концепту в іспанській мові. Таким чином, запропоновані нами предметно-центричний та ідентифікаційний фрейми концепту IDENTIDAD можна вважати окремими конституентами загальної фреймової моделі для ефективного дослідження конкретизації семантичних значень номінацій концепту IDENTIDAD та його зв'язків з іншими концептами в іспаномовній концептуальній картині світу.

Список використаних джерел:

1. Андрусь А. Ф. Онтологічний аспект концепту та основні підходи до його визначення / А. Ф. Андрусь // Вісн. ЛНУ імені Тараса Шевченка. Філологічні науки. – 2011. – Ч. I. – № 9 (220). – С. 29–34.
2. Жаботинская С. А. Концептуальный анализ : типы фреймов / С. А. Жаботинская // Вісн. Черкаск. ун-ту. Серія "Філологічні науки". – Черкаси, 1999. – Вип. 11. – С. 12–25.
3. Жаботинская С. А. Лингвокогнитивный подход к анализу номинативных процессов / С. А. Жаботинская // Вісн. ХНУ. – 2010. – № 928. – С. 6–20.
4. Жаботинська С. А. Посесивна конструкція і концептуальні трансформи / С. А. Жаботинська // Мова. Людина. Світ. : до 70-річчя проф.

М. П. Кочергана : зб. наук. статей ; за ред. О. О. Тараненка. – К. : Видавничий центр КНЛУ, 2006. – С. 178–192.

5. Жаботинська С. А. Принципы лингвокогнитивного анализа и феномен полисемии / С. А. Жаботинская // Проблемы общего, германского та слов'янського мовознавства : до 70-річчя проф. В. В. Левицького ; за ред. Г. Альтмана, І. Задорожної, Ю. Мацюляк. – Чернівці: Книги XXI, 2008. – С. 357–368.

6. Залевская А. А. Введение в психолингвистику / А. А. Залевская. – М. : РосГУ, 1999. – 382 с.

7. Красных В. В. Основы психолингвистики и теории коммуникации : курс лекций / В. В. Красных. – М. : ИТДГК "Гнозис", 2001. – 270 с.

8. Малинецкий Г. Г. Рефлексия, психология и нелинейная динамика / Г. Г. Малинецкий [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://keldysh.ru/departments/dpt_17/gmail/rpu.html.

9. Минский М. Фреймы для представления знаний : пер. с англ. / М. Минский; под. ред. Ф. М. Кулакова. – М. : Энергия, 1979. – 152 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://reslib.com/book/Freymi_dlya_predstavleniya_znaniy#2.

10. Попова З. Д. Язык и национальное сознание / З. Д. Попова, И. А. Стернин. – Изд. 3, перероб. и доп. – Воронеж : Истоки, 2007. – 61 с.

11. Филлмор Ч. Фреймы и семантика понимания / Ч. Филлмор // Новое в зарубеж. лингвистике. – М. : Прогресс, 1988. – Вып. XXIII. – С. 52–92.

12. Diccionario de ideas afines [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.ideasafines.com.ar/>.

13. Diccionario Etimológico español [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://etimologias.dechile.net/>.

14. Diccionario de la lengua española [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://dle.rae.es/?id=KtmKMfe>.

15. Gerald L. McGowan. La revolución mexicana a través de sus documentos, Vol. 1 / L. Gerald McGowan: [Электронный ресурс]. – Режим доступа : goo.gl/RBpp9m.

16. Aprende a filosofar desde lo sencillo [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://filosofiadela vida.wordpress.com/2011/08/28/concepto-de-identidad-personal>.

Надійшла до редколегії 30.10.17

S. Siechina, postgraduate student
Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine

THE FRAME DESIGN OF THE IDENTIDAD CONCEPT: OBJECTIVE-CENTRAL AND IDENTIFICATION FRAMES

The article is dedicated to modeling the frame design of the semanticizing the IDENTIDAD concept. The objective-central and identification frames are considered for representing the cognitive space of the IDENTIDAD concept in Spanish language. The logical analysis of the slots of the objective-central and identification frames was realized in order to characterize the scheme of generalization and specification and analyze qualitative, quantitative and locative-temporal characteristics of the investigated concept.

Key words: objective-central frame, identification frame, cognitive space, slot.

C. Сечина, асп.
Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, Киев, Украина

ФРЕМОВОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ КОНЦЕПТА IDENTIDAD: ПРЕДМЕТНО-ЦЕНТРИЧНЫЙ И ИДЕНТИФИКАЦИОННЫЙ ФРЕЙМЫ

Статья посвящена фреймовому моделированию номинаций концепта IDENTIDAD. Проанализированы предметно-центричный и идентификационный фреймы для представления когнитивного пространства концепта IDENTIDAD в испанском языке. Проведен логический анализ слотов предметно-центричного и идентификационного фреймов для раскрытия схемы генерализации и спецификации; осуществлен анализ качественных, количественных и локативно-темпоральных характеристик исследуемого концепта.

Ключевые слова: предметно-центричный фрейм, идентификационный фрейм, когнитивное пространство, слот.

УДК 811.133.1'38:821.133.1.09-92

О. Соболева, канд. філол. наук, асист.
Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ

СТИЛІСТИЧНА ЗАБАРВЛЕНІСТЬ РЕКЛАМНИХ ПОВІДОМЛЕНЬ

Подано огляд вживання стилістичних засобів у текстах малої форми, а саме рекламних повідомленнях у франкомовній пресі. Широкий спектр вживання тропів і фігур диктується прагненням до урізноманітнення мовних засобів та до прикрашання стилю висловлення. Застосування стилістичних засобів створює необхідний емоційний фон тексту і несе у собі високий прагматичний потенціал. Стилiстичні фігури є потужними риторичними засобами, які легко сприймаються, не вимагаючи великих мовленнєвих зусиль з боку одержувача інформації та розраховані на довготривалий вплив.

Ключові слова: гіпонімія, анафора, оксюморон, паронімія, антитеза, гіпербола.

Актуальність дослідження визначається однією із сучасних тенденцій розвитку лінгвістичної науки до аналізу стилістичних засобів оформлення публіцистичних текстів як носіїв додаткових семантичних значень.

Метою публікації є виявлення різноманітних стилістичних засобів як фактора прикрашання стилю висловлювання, комплексного прагматичного впливу на адре-

сата й підвищення експресивності повідомлення, а також визначення їх функціонального навантаження, обумовлення їхньої значущості в організації рекламного тексту.

Предметом дослідження виступають такі стилістичні засоби, як: оксюморон, паронімія, анафора, гіпонімія, антитеза, гіпербола. Об'єктом служать публіцистичні тексти французькою мовою, а саме властиві їм

стилістичні засоби. **Матеріалом** є рекламні тексти малої форми, опубліковані в сучасних періодичних виданнях французькою мовою.

Наукова новизна полягає у комплексному аналізі характерних стилістичних засобів рекламних текстів, виявленні їх функціонального навантаження як носіїв додаткових семантичних значень. Вивчення таких текстів дозволяє зрозуміти принципи їх внутрішньої когерентності, умови появи, правила створення певних смислів та їхню ефективність.

Мовлення рекламних текстів відрізняється експресивністю й емоційністю, про що свідчить частотне вживання стилістичних тропів і фігур. Вони використовуються в рекламній комунікації для того, щоб залучити й активізувати інші шляхи сприйняття та пізнання світу, щоб заглибитись у внутрішній світ означуваного, виділити його специфічні, оригінальні незвичні якості та властивості, наблизитися до його істинної сутності через призму образу. Багато науковців цікавляться проблемою вивчення тропів і фігур мовлення. Це Н. А. Чурсина, Н. А. Лукьянова [6], Л. В. Воровченко [1]. Стилiстичнi фiгури, на думку Н. А. Чурсиної та Н. А. Лукьянової, це – "стилiстичнi конструкцiї, розрахованi на створення впливу на слухача й читача" [6]. Головна мета реклами та рекламних текстів – справити певний ефект на кінцевого споживача. Потенційний споживач має запам'ятати рекламний слоган, який асоціюється з тим чи іншим продуктом або послугою та всю гамму почуттів, яку вони мають викликати. У більшості випадків саме стилістичні засоби забезпечують запам'ятовування і таким чином мають певний вплив на споживача. Основною функцією фігур створювачі рекламних повідомлень убачають здатність підкреслювати, виділяти, посилювати ту чи іншу частину висловлювання. Текст реклами є поліфункціональним: він виконує інформативну функцію, функції повідомлення (репрезентації), функції впливу на поведінку споживача, спонування (прескриптивну), прагматичну, естетичну, експресивну та інші.

Реклама часто сприймається як фактор збіднення мовлення, як справжня "антикультура", але вона може бути розглянута під зовсім іншим кутом, риторичним. За Дюраном, створювачі рекламних повідомлень деякою мірою переробили більшість стилістичних фігур класичної риторики [10]. Поняття "гіпонімії" достатньо традиційно і давно було визнане як одне із конституюючих принципів "ієрархічної організації словникового складу всіх мов". Цьому феномену приділяли і продовжують приділяти увагу такі дослідники лексичної семантики, як Дж. Лайонз [5], М. А. Кронгауз [4], А. Вежбицька [12].

Гіпоніми – важливий засіб когнітивної обробки інформації, категоризації лексики – одного із найважливіших процесів у пізнавальній діяльності людини. Основною функцією гіпероніма (слова з родовим значенням) є функція узагальнення, генералізації. А гіпонім (видове слово) реалізує у контексті метамовну функцію уточнення, конкретизації, виділення додаткової інформації, а також стилістичну функцію перенайменування.

Найпоширенішим прикладом уживання гіпонімів є реклама транспортних засобів. Наприклад, у рекламному тексті "Тойоти" ужито такий слоган: "*Quand on a besoin d'une voiture, on a besoin d'une Toyota*" [15]. У даному випадку "Тойота" є гіпонімом і виражає часну сутність гіпероніма "voiture".

На думку М. П. Кочергана, "гіпонімія – це найбільш фундаментальні парадигматичні відношення, за допомогою яких структурується словниковий склад мови. На основі гіпонімії лексичні одиниці об'єднуються в тема-

тичні лексико-семантичні групи і поля. Саме тому, що панівними в лексико-семантичній системі є родо-видові відношення, превалюючим типом опозицій тут є інклюзивні, тобто відношення слабкого й сильного члена. Це надає лексико-семантичній системі домінантно-підпорядкованої впорядкованості (послідовне включення слів нижчого рівня абстракції до вищого)" [3].

Терміни, які виражають поняття видового плану, містять увесь той комплекс ознак, що становить значення терміна-виразника родового поняття плюс деякі додаткові значеннєві ознаки, які звужують об'єм їхнього значення. Ці додаткові змістові ознаки розрізняють родові й видові терміни, формуючи тим самим приватну опозицію або протиставляючи терміни на позначення видових понять, створюють еквіполентну опозицію. Отже, семантика гіперонімів формує своєрідну мікросистему, значення в якій перебувають у зв'язку з іншими. Ланцюговий характер розвитку гіперо-гіпонімічних відношень відтворює звуження семантики у напрямі гіперонім – гіпонім, і навпаки – розширення значення від терміна-гіпоніма до гіпероніма. Розвиток цих відношень на основі синтагмо- і парадигматичних взаємозумовлений і пов'язаний.

Оксюморон – парадоксальне вживання слів протилежного значення для створення стилістичного ефекту. Наприклад, реклама чоловічого парфуму Drakkar Noir: "*La douce violence d'un parfum d'homme*" [13]. В одному повідомленні поєднуються амбівалентні іменник і прикметник-епітет (*douce violence*). Такий стилістичний прийом додає висловлюванню експресивності та аргументативності. Амбівалентність цієї стилістичної фігури відслідковується у двох планах: структурному та логіко-семантичному.

Сучасні дослідники пов'язують оксюморон із явищем семантичної аномалії. З першого погляду, оксюморон протирічить нормі та являє собою семантичну аномалію. Незважаючи на свою нестандартність, оксюморонні конструкції легко входять до тексту і швидко запам'ятовуються. Але такі конструкції не є дуже розповсюдженими у рекламних повідомленнях.

Парономазія – бінарна стилістична фігура, яка містить у собі образне наближення слів, які мають однакове звучання, але є різними за значенням. Створювачі рекламних повідомлень намагаються знайти додаткові семантичні зв'язки між словами, що мають східне звучання. Звертання до парономазії допомагає у лаконічній формі подати і статичні, і динамічні елементи в картині, яка зображається. Стилiстичний ефект від використання парономазії досягається завдяки звуковому наближенню слів.

Наприклад, реклама мінеральної води Vital: "*ReVitalisez-vous*" [15]. У цьому випадку візуальний паронім підкріплений паронімом вербальним. Цей тип рекламного слогана належить до предикативного типу, дієслово несе у собі додатковий семантичний потенціал, підсилений наказовим способом. Текст реклами має бути динамічним та привабливим. Уважається, що найефективнішим є текст реклами, який має у своїй структурі дієслово та порівняльні прикметники, а також прикметники, вжиті у найвищому ступені порівняння.

У рекламі сиру Boursin: "*Du pain, du vin, du Boursin*" [14] словформи мають один спільний звук. Це номінативний тип рекламного повідомлення, де перевага віддається іменникам.

Анафора, за визначенням словника "Le Grand Robert", – це вживання в реченні чи тексті іншого слова, наприклад, займенника, яке має такий самий референт, що і попередньо вжите слово, це повторення в тексті попереднього елемента, який називається антецеден-

том [11]. Прикладом служить рекламний слоган для транспортного засобу марки "Saab" [13]:

La nouvelle Saab 900

Très robuste.

Très sure.

Très Saab.

У цьому повідомленні вжито фонетичну анафору. Інший приклад фонетичної анафори із реклами швейцарських годинників ORIS [14]:

Real watches for

Real people.

Реклама автівки Lexus SUV Hybride [13].

Toujours chargé

Toujours prête.

Реклама транспортного засобу Fiat 500 [15].

Tout simple et tout simplement genial. У цьому випадку крім повторення *tout*, повторюється прикметник у складі прислівника.

Анафора загалом відіграє важливу роль у побудові смислу тексту. Вона орієнтує споживача в потоці фраз та пришвидшує сам процес сприйняття. Чим багатшою є гама цього виду вторинної номінації в тексті, тим легшим стає процес сприйняття, тому що споживачу не доводиться застосовувати додаткові стратегії для його розуміння.

Антитеза широко вживається в усіх типах мовлення: художньому, науковому та публіцистичному. Особливістю антитези є її гіперболічний характер, здатність висловлювання до перебільшення [7]. Прийом антитези у цьому випадку базується на простих лексичних антонімах, які належать до однієї семантичної осі. У цьому повідомленні маємо два антитезних протиставлення, що базуються на таких семантичних осях: жінка/чоловік, античність/сьогодення.

У рекламі "Peugeot 106" знаходимо такий слоган: "*Sensations maximum. Encombrement minimum*" [13].

У рекламі "Ford KA+": "*Grand au prix d'une petite*" [16].

У рекламі авіалінії "Air Mauritius": "*Endormez-vous à Paris, Réveillez-vous à l'île Maurice*" [14].

Отже, як бачимо із цих прикладів, мета вживання антитези – розкрити протиріччя явищ і неоднорідність точок зору. Цей стилістичний прийом полягає в об'єднанні у синтагматичному ланцюзі контрастних, протиставлених понять, образів та значень. Принцип антитези ґрунтується на спільних семах протилежних термінів, які формують цілісну семантичну ізотопію висловлювання. Прийом антитези активно проникає у публіцистичний стиль і стає незамінним атрибутом рекламних текстів, додаючи висловлюванню емоційності та експресивності.

Як відомо, гіпербола є образним перебільшенням, яке проявляється в тому, що якась ознака надається предмету такою мірою, якою вона реально йому не властива і не може бути властивою [7]. Гіпербола створює комунікативний ефект спланованого перебільшення характеристик явища або події та служить у сучасних франкомовних журналах для жінок стилістичним засобом надання експресивності інтерв'ю. У друкованих текстах інтерв'ю відслідковується суто рекламна функція гіперболи, яка покликана реалізувати прагматичну настанову – спонукати реципієнта прочитати саме це інтерв'ю.

Гіпербола має множинність утворюваних форм і може створюватися:

– завдяки вживанню слова "sommets":

Au sommet de la perfection (реклама Téléviseur Loewe built7) [13].

Le café au sommet de son évolution (реклама Nescafé) [15];

– завдяки найвищому ступеню порівняння прикметника:

La plus belle innovation pour mes cheveux (реклама засобу для волосся Capilae+) [14].

Vos plus belles nuits sont signées Grand Laitier (реклама швейцарської компанії з виробництва ліжок для сну) [16].

Voiture la plus produite en France (рекламний слоган для "Peugeot 308 GT") [14].

Leffe Royale. Les plus nobles houblons du monde (реклама пива) [13].

Elizabeth Ardin, le plus grand secret de beauté de tous les temps (реклама косметичного засобу) [14].

Air France pour que le ciel soit le plus bel endroit de la terre (реклама авіакомпанії) [15].

Конотативний зміст гіперболи розкриває глибину змісту текстів реклами та є ефективним засобом прагматичного впливу на реципієнтів.

Таким чином, створювачі рекламних повідомлень усе частіше вдаються до застосування стилістичних фігур у своїх слоганах. Найуживанішим стилістичним засобом виявилася анафора. Головне почуття, яке переважає анафора – це почуття швидкості, енергійності, готовності. Вона виконує роль актуалізатора, функції, що впливає на потенційного споживача. Анафора у рекламних повідомленнях містить у собі також почуття впевненості й найчастіше вживається для реклами транспортних засобів. Гіпербола завдяки своїй функції найбільш яскраво, опукло, емоційно, мальовничо виразити ставлення до описуваних подій, теж знайшла своє місце у рекламних слоганах. Слова зберігають своє змістовно-логічне значення, але аналогічність надає всьому висловлюванню емоційного відтінку. Антитеза надає повідомленню емоційності та експресивності. Явище параномазії допомагає досягти лаконічності форми повідомлення. Явище гіпонімії виступає засобом категоризації лексики та когнітивної обробки інформації. Кожна стилістична фігура у рекламних повідомленнях має своє навантаження, у цілому надаючи тексту легкості сприйняття, емоційності, експресивності, лаконічності, динамічності, спонукає споживача до дії.

Список використаних джерел:

1. Воровченко Л.В. Стилистика русского языка и культура речи / Л. Воровченко. – Самара: Самар. гос. акад. культуры и искусств, 2008. – 258 с.
2. Зарецкая Е.Н. Риторика: Теория и практика речевой коммуникации / Е. Зарецкая. – 4-е изд. – М.: Дело, 2002. – 480 с.
3. Кочерган М. П. Загальне мовознавство: підруч. / М. П. Кочерган. – 2-ге вид., випр. і доп. – К.: Академія, 2006. – 464 с.
4. Кронгауз М. А. Семантика: учебник для студ. лингв. фак. высш. учеб. заведений / М. Кронгауз. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Академия, 2005. – 352с.
5. Лайонз Дж. Введение в теоретическую лингвистику / пер. с англ. / ред. и предисл. В. А. Звегинцева. – М.: Прогресс, 1978. – 544 с.
6. Лукьянова Н. А. Экспрессивность как семантическая категория // Языковые категории в лексикологии и синтаксисе. – Новосибирск: Изд-во Новосибирск. ун-та, 1996. – С. 3–23.
7. Мацько Л. І. Стилистика української мови : підруч. для студ. філол. спец. вищ. навч. закл. / Л. І. Мацько, О.М. Сидоренко, О.М. Мацько. – 2-е вид., випр. – К.: Вища шк., 2005. – 461 с.
8. Тодоров Ц. Теории символа / Ц. Тодоров. – М.: Дом интеллектуальной книги, 1999. – 266 с.
9. Charolles M. La veuve et l'orphelin ou: comment les flots anaphoriques refont surface / M. Charolles. – Metz : Centre d'analyses syntaxiques, 1992. – 110 p.
10. Durand J. Rhétorique et image publicitaire in Communications / J. Durand // #15, janvier 1970, p. 70–95.
11. Le Grand Robert de la langue française, Dictionnaire alphabétique et analogique de la langue française – deuxième édition. Volume I, Paris – Xle : Le Robert. – 860 p.
12. Wierzbicka A. Lexicography and conceptual analysis – Ann Arbor: Karoma, 1985. – 368 p. <http://www.pdfactory.com/>

Джерела ілюстрованого матеріалу

13. Paris Match 3487 mars 2016.
14. Paris Match 3522 novembre 2016.
15. L'Express 3376 mars 2016. 16. L'OBS 2690 mai 2016.

Надійшла до редколегії 30.10.17

O. Soboleva, cand. of Philol., assist.
Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine

STYLISTIC NUANCES OF ADVERTISING MESSAGES

The present article gives a survey of application of stylistic means in the texts of small format, namely in the advertising messages of the French speaking printed media. The large spectrum of application of tropes and figures reflects the tendency to variety of language resources and to decoration of style of expression. The introduction of such stylistic means creates the necessary emotional background and contains a high pragmatic potential. The stylistic figures is the powerful rhetoric instrument which is easily perceived without demanding the special language efforts on the part of the message recipient and are expected for the long term influence.

Key words: hyponyms, anaphora, oxymoron, paronyms, antithesis, hyperbole.

Е. Соболева, канд. филол. наук, ассист.
Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, Киев, Украина

СТИЛИСТИЧЕСКАЯ ОКРАСКА РЕКЛАМНЫХ СООБЩЕНИЙ

Представлен обзор употребления стилистических средств в текстах малого формата, а именно – в рекламных сообщениях во франкоязычной прессе. Широкий спектр употребления тропов и фигур диктуется стремлением к разнообразию языковых средств и к украшению стиля высказывания. Использование таких стилистических средств создает необходимый эмоциональный фон текста и несет в себе высокий прагматический потенциал. Стилистические фигуры являются мощным риторическим средством, которое легко воспринимается, не требуя особых языковых усилий со стороны получателя информации, и рассчитаны на долгосрочное влияние.

Ключевые слова: гипонимы, анафора, оксюморон, паронимы, антитеза, гипербола.

УДК 811.133.1'22:659.4

А. Чернова, канд. филол. наук
Київський університет імені Бориса Грінченка, Київ

ПРАГМАТИЧНІ ПРЕСУПОЗИЦІЇ ТА ІМПЛІКАТУРИ ДИСКУРСУ У ФРАНЦУЗЬКІЙ СОЦІАЛЬНІЙ РЕКЛАМІ

Статтю присвячено дослідженню особливостей уживання прагматичних пресупозицій та імплікатур дискурсу в сучасній французькій соціальній рекламі. Наведено визначення понять прагматичної пресупозиції й дискурсивної імплікатури, а також чітко продемонстровано розмежування цих двох типів непрямих мовленнєвих актів. Окрім цього, подано класифікацію імплікатур та описано особливості процесу імплікування у рекламі. Функції імплікатур, особливості їх вживання та їхня роль у дискурсі соціальної реклами представлено на конкретних прикладах рекламних повідомлень, узятих із сучасної французької соціальної реклами.

Ключові слова: імплікатура, непрямий мовленнєвий акт, прагматична пресупозиція, соціальна реклама, французький рекламний дискурс.

Пресупозиції відіграють важливу роль у продукуванні та сприйманні висловлювання як у комунікативному плані, так і в прагматичному. Наразі серед учених не існує єдиної думки щодо визначення цього явища. Так, Г. Хадсон визначає пресупозицію як те, що сприймається як правдиве твердження у реченні, що підтверджує інша інформація [4, с. 321].

Пресупозиції стосуються знань, які і мовець, і слухач не підтверджують експліцитно у мовленнєвому акті, але передбачають як попередній досвід, відомий обома сторонам комунікації. О. В. Падучева однією із ознак прагматичної пресупозиції вважає наявність елемента спільного знання в адресанта й адресата [2, с. 101]. С. К. Левінсон підкреслює, що однією з важливих властивостей пресупозиції інформації є збереження останньої під час перетворення речення на заперечне або питальне [6, с. 186].

Пресупозиція сприяє стисненню висловлювання. Більшість учених сходиться в тому, що пресупозиції – це невиражений вербально компонент смислу тексту, який містить "фонові знання", відомі учасникам мовленнєвого акту та випущені без шкоди для адекватного сприймання висловлювань.

Отже, речення із пресупозиціями формально фрагментарні, оскільки не несуть у своїй структурі вербальне вираження попереднього досвіду, але при цьому сприймаються як інформаційно повні завдяки загальному фонду знань учасників комунікативного акту. За рахунок імплікування компонентів, які здаються учасникам мовленнєвого акту легкими для відтворення зі змісту експліцитних компонентів, смислова і змістова структура тексту розширюється, у той час як формальна зменшується.

Інша імпліцитна конструкція, що дуже часто вживається у рекламі – імплікатура дискурсу. Поняття імплікатури вперше зустрічаємо у роботі Герберта Пола Грайса "Логіка і мовленнєве спілкування" ("Logic and Conversation"), у якій відомий філософ мови, засновник теорії імплікатур розмежував те, що говориться, і те, що мається на увазі [1].

Отже, імплікатури мовленнєвого спілкування – прагматичні компоненти змісту повідомлень, мовленнєвих жанрів, дискурсів, які виводяться адресатом із контексту спілкування завдяки знанню комунікативних принципів, максим, постулатів та конвенцій спілкування. Іншими словами, імплікатури дискурсу породжуються не структурою мовного коду, а виникають із загальних умов успішності комунікації.

Серед імплікатур учений виокремив два різновиди: конвенційні (conventional implicatures) та неконвенційні (імплікатури дискурсу, або комунікативні імплікатури, – conversational implicatures).

Значення конвенційних імплікатур виводиться із лексичних значень слів і словосполучень, які входять у повідомлення, – цим вони схожі на пресупозиції. Г. П. Грайс назвав імплікатурами дискурсу або комунікативними імплікатурами такі смислові компоненти повідомлення, які реципієнт виносить із контексту спілкування завдяки знанням комунікативних постулатів і конвенцій спілкування [1, с. 34].

За Г. В. Черновим, імплікатуру пов'язано із чотирма взаємозалежними, але в той же час чітко відмінними явищами:

1) семантико-смисловою структурою всієї попередньої частини повідомлення – мовним висновком;

2) компонентами змісту довгострокової пам'яті (тезауруса знань про світ) – тезаурусним висновком;

3) факторами ситуативного контексту повідомлення – ситуативно-дейктичним висновком;

4) соціально-рольовими характеристиками адресанта і адресата – прагматичним висновком [6, с. 52].

Доходячи таких висновків із повідомлення, адресат користується постулатами (максимами) мовленнєвого спілкування, що входять до принципу кооперації, охарактеризованого Г. П. Грайсом [1, с. 222].

Таким чином, інтерпретація рекламного повідомлення передбачає виведення його імплікатур і співвідношення їх із ситуацією мовлення та принципом кооперації. Чим більшу кількість імплікатур приховує кожне речення, тим насиченішим інформаційно буде висловлювання в цілому, тим ширша картина дійсності постає перед реципієнтом. І правильно буде зауважити, що успішність комунікації однаковою мірою в цьому випадку залежатиме і від адресанта, і від адресата.

Імплікатури розширюють формальну структуру рекламного повідомлення на смисловому та інформаційному рівнях, а адресант при цьому витрачає мінімум зусиль. Такий прийом передачі інформації найбільш затребуваний у сфері мас-медіа та реклами, тому що дозволяє максимально зекономити площу, час і зусилля для передавання повідомлення, уникати будь-якої відомої або надмірної інформації.

Значна кількість мовленнєвих актів може бути інтерпретована адресатом лише на основі імплікатур дискурсу. Особливе значення при цьому має рівень комунікативної компетенції учасників спілкування, контекст і ситуація, у межах яких це спілкування відбувається.

Спираючись на думку Дж. Р. Серля про розподіл іллокуцій на первинні та вторинні [7, с. 68], можна сказати, що переважна більшість рекламних слоганів служить для вираження первинних директивних іллокуцій. Який би іллокутивний акт не здійснювався за допомогою рекламного слогана у вторинний спосіб (тобто буквально), цей слоган завжди реалізує директивну іллокуцію у вигляді імплікатури. У такий спосіб у текстах соціальної реклами повідомляється більше інформації, ніж її виражено словами.

У рекламних слоганах провідними індикаторами імплікатур виступають різноманітні стилістичні засоби, серед яких найпоширенішими є метафора, алюзія, силепсис і рима. Такі засоби позитивно впливають на експресивність і привабливість рекламного тексту та служать актуалізації імплікатур, що збільшує вплив самої реклами на потенційну аудиторію. У такий спосіб стилістичні властивості рекламного тексту підпорядковано лінгвопрагматичі дискурсу.

Завдяки вживанню стилістичних засобів у рекламному тексті продуцент, з одного боку, створює у потенційної аудиторії позитивне враження про суть рекламного повідомлення, а із другого боку, сприяє дискурсивній актуалізації імплікатур, що теж підсилює прихований вплив на реципієнта і спонукає його до дотримання описаної лінії поведінки.

Проаналізовані зразки французької соціальної реклами продемонстрували, що імплікатури дискурсу тісно пов'язані зі стилістичними значеннями мовних одиниць, а також із енциклопедичною та культурно-соціальною компетенціями мовців. Окрім цього, імплікатури у соціальній рекламі актуалізуються завдяки асоціативним зв'язкам із різними елементами. На підтвердження цього наведемо декілька прикладів уживання непрямих

мовленнєвих актів із використанням дискурсивних імплікатур у сучасній французькій соціальній рекламі.

1) **"Etes-vous un bon poisson? Pour arrêter, faites vous aider. Ne laissez personne vous aider à commencer"** [8] – імплікатура дискурсу. Під словом **"poisson"** – "риба" імплікується людина, яка потрапила на гачок залежності від алкоголізму і не може самостійно впоратися із цією проблемою. Така людина потребує допомоги й підтримки від своїх рідних та друзів.

2) **"Ne prenez pas vos poumons pour un cendrier..."** [9] – імплікатура дискурсу, мається на увазі, що коли людина палить, її легені насичуються табаком як попільниця.

3) **"L'alcool vous donne de belles couleurs. A ta santé!"** [10] – конверсаційна імплікатура метафоричного типу. Прихований зміст розкривається за допомогою зображення, на якому ми бачимо жінку, обличчя якої забарвлено синцем.

4) **"Samedi soir, on s'éclate dans les autos tamponeuses. Conduire n'est pas jouer"** [11] – імплікатура дискурсу, що має іронічне забарвлення. На вихідних люди часто вживають спиртне, святкуючи ту чи іншу подію, а потім сідають за кермо у нетверезому стані, що має як наслідок численні автомобільні катастрофи. Семантична опозиція понять "водити – грати" указує на те, що до процесу керування автомобілем необхідно ставитися із усією можливою серйозністю.

5) **"C'est jaune, c'est moche, ça ne va avec rien, mais ça peut vous sauver la vie"** [12] – імплікатура дискурсу, яка розкривається за допомогою зображення. Побачивши світлодіодний жовтий захисний жилет, ми одразу розуміємо про що йдеться у цій рекламі.

6) **"Pour les fêtes, le plus beau des cadeaux c'est de rentrer en vie"** [13] – конверсаційна імплікатура метафоричного типу. Відсвяткувавши певну подію, люди часто сідають за кермо у нетверезому стані, що призводить до численних летальних випадків. Тому повернутись додому живим порівнюється із найкращим подарунком.

7) **"Parking payant. Places disponibles au sous-sol. Ce n'est pas en roulant plus vite qu'on arrive plus vite chez soi"** [14] – імплікатура дискурсу, яку можна вивести тільки за допомогою зображення. Коли ми бачимо кладовище на рекламному плакаті, одразу розуміємо, про які "платні місця під землею" ідеться. А фраза "Не найшвидше додому добереться той, хто їде швидше" говорить про те, що підвищення швидкості є головною причиною автомобільних аварій, що дуже часто призводить до смертельних випадків і подальшого бронювання місця на кладовищі.

8) **"Moi, je ne suis ni raciste ni homophobe. – Le Sida"** [15] – імплікатура дискурсу, яка має іронічне забарвлення. СНІД персоніфікується як людина, що немає ніяких упереджень стосовно питань дискримінації за якоюсь відмінною ознакою. Автор іронізує, зображуючи СНІД як особу, що любить усіх людей без винятку. Таким чином автор рекламного повідомлення імпліцитно повідомляє аудиторії, що СНІД – це хвороба, якою може захворіти будь-яка людина незалежно від раси та статі.

9) **"Stop! Réunion ou pas demain, NOUS LES ANTIBIOTIQUES, on ne peut rien contre une bronchite aigue. Si on les utilisent à tort, ils deviendront moins forts"** [16] – імплікатура дискурсу, яка говорить про те, що самолікування є неефективним, а іноді навіть становить загрозу для здоров'я. І не важливо, яка термінова подія очікує людину наступного дня, доки остаточно не виликувався – сиди вдома.

10) **"Faire pleurer un enfant, ça peut lui sauver la vie. Un enfant meurt toutes les 7 secondes faute d'accès aux soins"** [17] – конверсійна імплікатура, що розкривається за допомогою зображення. Процедура щеплення, яка представлена на рекламному постері, дає зрозуміти, що саме змушує дитину плакати, і в той же час, здатне врятувати її життя від страшною інфекційної хвороби.

11) **"XXXS. Ne laisse pas l'apparence t'envahir. Parles-en. Anorexie et boulimie"** [18] – конвенційна імплікатура. Скорочення "XXXS" імпліцитно відсилає нас до таблиці розмірів одягу, де зазвичай розмір "XS" є найменшим, лише для деяких країн це може бути "XXS". Потроєння літери "X" вказує на неіснуючий дистрофічний розмір, який мають дівчата, хворі на анорексію. За допомогою такої аббревіатури автори даного рекламного повідомлення хочуть продемонструвати нам, що не існує єдиного еталону краси, і красива у першу чергу та дівчина чи жінка, яка здорова.

12) **"Quand votre beauté ne s'appuie que sur le maquillage. La journée sans maquillage"** [19] – комунікативна імплікатура. Є багато дівчат та жінок, які не можуть вийти із дому без макіяжу, бо не відчувають себе красивими. Пізніше це відчуття невпевненості у собі переростає у складні психологічні проблеми. Жінки такого типу вважають себе неповноцінними, наслідком чого бувають серйозні психічні розлади. Саме тому автори цього рекламного повідомлення закликають дівчат бути самими собою і берегти свою природну вроду.

13) **"Le sang ne s'achète pas. 1 don = 3 vies"** [20] – неконвенційна імплікатура. Констатування того, що кров неможливо купити, є імпліцитним закликом до людей здати власну кров, поділитися нею з тими, хто перебуває на грані життя та смерті. І таким чином врятувати не одне людське життя.

14) **"Restauration rapide: Facile d'y entrer, mais difficile d'en sortir. 80% des jeunes mangent dans des fast food au moins 1 fois par semaine!"** [21] – ще один приклад уживання комунікативної імплікатури у французькій соціальній рекламі. Семантична опозиція понять **"entrer – sortir"** ("зайти – вийти") імпліцитно означає "потрапити у залежність" і "позбутися залежності" від швидкого харчування.

15) **"Bonjour! Mon nom est O+"** [22] – імплікатура дискурсу. Символ "O+" означає першу групу крові із позитивним резус-фактором, тобто найрозповсюдженішу групу крові людини. Речення "Привіт! Мене звати O+" імпліцитно змальовує образ людини-донора, який здає кров заради того, щоб врятувати життя інших людей. У такий спосіб автори цього рекламного повідомлення закликають нас до донорства крові.

16) **"C'est sans danger. Concernant les OGM, on n'a pas encore assez de recul..."** [23] – імплікатура дискурсу, яка говорить нам про те, що якщо не доведено, що певне явище чи предмет становить загрозу для людського життя та здоров'я, то це зовсім не означає, що цей предмет є безпечним та корисним. І навіть, якщо ми не володіємо інформацією, яку саме небезпеку ГМО становлять для людського життя, це абсолютно не означає, що вживання таких продуктів є поживним та корисним.

17) **"Un risque sur mille. Et si c'était vous?"** [24] – комунікативна імплікатура. Вираз "Один на тисячу ризикує" імпліцитно означає те, що ніхто не застрахований від такої хвороби, як СНІД, і що вона може прийти до кожного, навіть якщо обирає собі у жертви одну людину із тисячі.

18) **"Le condom – le meilleur ami de la femme"** [25] – комунікативна імплікатура, яка актуалізується завдяки вживанню стилістичного засобу алюзії. Фраза "Презерватив – кращий друг жінки" імпліцитно натякає нам, що він завжди потрібен бути у кишені дамської сумочки молодої дівчини, і що він мусить захистити її від страшних наслідків незахищеного сексу.

19) **"Le sida est beau. Cet été protégez-vous"** [26] – імплікатура дискурсу. Речення "СНІД – красивий" імпліцитно говорить про те, що якою б красивою людина не була зовні, це абсолютно не означає, що вона здорова фізично. А наявність чи відсутність СНІДУ не позначено в людини на обличчі. У такий спосіб автори цього рекламного повідомлення закликають молодь перестраховуватися та завжди користуватися презервативами.

20) **"Le chat a neuf vies. Le papier en a cinq. (Pour le papier, c'est prouvé.) Tous les papiers ont droit à plusieurs vies"** [27] – імплікатура дискурсу. Фраза **"Le papier en a cinq"** ("Папір має п'ять життів") імпліцитно говорить нам про те, що папір необхідно переробляти, таким чином даруючи йому нове життя. Тобто це імпліцитний заклик піклуватися про навколишнє середовище та нашу планету.

21) **"Le maïs transgénique est vraiment sans danger (et bon pour le poil)"** [28] – ще один приклад вживання імплікатури дискурсу у французькій соціальній рекламі. Автори цього рекламного повідомлення імпліцитно та певною мірою в іронічній формі намагаються донести до нас інформацію про шкідливість ГМО. Фраза про те, що "ГМО абсолютно безпечні й добрі для шерсті" імпліцитно настановує нас на думку, що немає ніяких наукових досліджень про ризик уживання ГМО та про наслідки їх впливу на людський організм. Не варто ризикувати своїм життям і здоров'ям, бо воно у нас лише одне.

22) **"L'asphalte, ça ne pousse pas!"** [29] – комунікативна імплікатура. Констатування факту того, що асфальт не росте, є імпліцитним закликом берегти все зелене навкруги і пам'ятати те, що наша планета є домівкою для всіх людей і ми маємо піклуватися про неї. А від кількості дерев та зелених насаджень залежить здоров'я нас і наших дітей.

23) **"On peut être vert et beau"** [30] – ще один імпліцитний заклик берегти природу. У даному випадку ця імплікатура дискурсу доповнюється зображенням дуже симпатичної зеленої жабки. Речення "Можна бути зеленим і одночасно красивим" імпліцитно настановує нас на думку про те, що у природі все гармонійно та досконало. Варто пам'ятати, що кожна природна істота від маленької комахки до слона є мешканцем цієї планети, яку ми всі разом повинні берегти.

24) **"80 % de l'activité domestique repose sur les femmes. Courage Messieurs. Laboratoire de L'égalité"** [31] – комунікативна імплікатура. У даному випадку імпліцитно вжито речення **"Courage Messieurs"** ("Успіхів панове"), яке означає, що жінки із легкістю готові віддати всі хатні турботи чоловікам, щоб вільно займатися власною кар'єрою та саморозвитком. Це імпліцитний заклик до сучасних жінок боротися за гендерну рівність і відстоювати свої права.

25) **"Parfois l'handicap est mental"** [32] – комунікативна імплікатура. Це речення імпліцитно говорить нам про те, що не варто виключати із суспільства людей із фізичними вадами та уникати їх. Людина-інвалід може прекрасно виконувати свої професійні обов'язки, незважаючи на певні фізичні вади. А люди, які стороняться

ся людей із фізичними вадами, є інвалідами ментально і самі потребують допомоги психолога

26) **"Soleil et pieds dans l'eau... Qu'est-ce que vous voulez de plus?"** [33] – комунікативна імплікатура, що частково розкривається за допомогою зображення. На малюнку ми бачимо чоловіка із вадами, який сидить у інвалідному візку, що стоїть у басейні, в якому води стільки, що вистачає лише покрити чоловікові ноги, а надворі палає яскраве сонце. А поруч стоїть фізично здорова людина, яка звертається до нього зі словами: "Сонце та ноги у воді... Що вам ще потрібно?". Це речення імпліцитно говорить нам про те, що людина-інвалід постійно потребує підвищеної уваги збоку інших. І навіть якщо для них було побудовано спеціальні понтони та ліфти, це абсолютно не означає, що турбота про людей-інвалідів на цьому закінчилася. Наше суспільство має бути толерантним і включати цих людей до свого кола, а не уникати їх.

27) **"Janvier 93 – Leila. Avril 93 – Leila 100 F plus tard. Actions contre la faim"** [34] – імплікатура дискурсу, яка також доповнюється зображенням. На малюнку ми бачимо двічі одну і ту саму жінку, яка на першому фото дистрофічно худа, оскільки страждає від голоду, а на другому фото, зробленому три місяці пізніше, має нормальний здоровий вигляд. Напис під малюнком "100 франків пізніше" означає, що навіть невелика сума грошей може зробити велику відмінність для людини у скрутному положенні. І будь-яка найменша допомога може змінити життя людини, яка страждає. Отже, це імпліцитний заклик бути толерантними та допомагати один одному.

28) **"Yves Sans Logement. Christian Dehors Paris. Jean Paul Galere. Ayons l'élégance d'aider ceux qui n'ont rien. Aurore"** [35] – дискурсивна імплікатура, яка актуалізується завдяки стилістичному прийому гри слів. Автори цього рекламного повідомлення вправно обіграли імена відомих кутюр'є та майстерно пов'язали їх із проблемою бездомності та життя на вулиці. Слоган "Маємо елегантність допомогти тим, хто не має нічого" звертається до заможних людей, які купують речі від найкращих дизайнерів, і закликає їх займатися благодійністю й допомагати бідним людям.

29) **"Plus de 3 millions de français resteront hélas persuadés qu'il s'agit d'une publicité pour un BiKini. Signez l'appel du collectif fédéré par l'Agence Nationale de Lutte Contre l'illettrisme sur wwwillettrisme2013.fr"** [36] – імплікатура дискурсу. Автори цього соціально-реklamного повідомлення говорять про те, що більш ніж 3 млн французів будуть, на жаль, переконані, що це реклама бікіні. Тобто це означає, що ці 3 млн є безграмотними і не можуть прочитати напис на рекламному постері. У такий спосіб автори цього рекламного повідомлення звертаються до мешканців Франції та закликають їх боротися із неписьемністю.

30) **"Rita, 92 ans, sa vue baisse. Pas son envie de voir du monde"** [37] – комунікативна імплікатура. Імпліцитний заклик допомагати людям похилого віку та піклуватися про них.

На основі викладеної вище інформації можна зробити висновок: важливою властивістю рекламного повідомлення є існування прихованої за формальною структурою, тобто імпліцитної, формально не вираженої інформації. Способом існування такої інформації є пресупозиції та імплікатури, значення яких виводиться на основі експліцитно виражених компонентів висловлювання, а також на основі попереднього досвіду і знань, загальнонаціонального й особистого, спільного для учасників мо-

вленнєвого акту культурного фону, ерудиції, індивідуальної логіки та мислення. Рекламний текст здатен змалювати широку картину дійсності, якщо в ньому використано речення, що містить пресупозиції чи імплікатури.

Список використаних джерел:

1. Грайс Г. П. Логика и речевое общение / Г. П. Грайс // Прагмалингвистика. Новое в зарубежной лингвистике. – М., 1985. – Вып. 16. – С. 217–237.
2. Падучева Е. В. Понятие презумпции в лингвистической семантике / Е. В. Падучева // Семиотика и информатика. – 1977. – Вып. 8. – С. 91–125.
3. Чернов Г. В. Контекстно-свободная и контекстно-связанная имплицативность и проблема переводимости / Г. В. Чернов // Текст и перевод. – М., 1988. – С. 51–63.
4. Hudson G. Essential Introductory Linguistics / G. Hudson. – N. Y.: Blackwell, 2000. – 533 p.
5. Lakoff G. Metaphors We Live By / G. Lakoff, M. Johnson. – Chicago: The University of Chicago Press, 2003. – 276 p.
6. Levinson S. C. Pragmatics / S. C. Levinson. – Cambridge: Cambridge University press, 1983. – 420 p.
7. Searle J. Indirect Speech Acts // Syntax and Semantics; Ed. By P. Cole and J. Morgan. – N. Y.; Lnd., 1975. – V. 3. – P. 59–82.

Список джерел ілюстративного матеріалу:

8. Santé publique France (n.d.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.conseilsmarketing.com/promotion-des-ventes/les-100-pubs-qui-vont-vous-aider-a-arreter-de-fumer>.
9. INPES (n.d.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://inpes.santepubliquefrance.fr/10000/themes/tabc/docs/detail-campagnes.pdf>.
10. L'alcool et les jeunes (n.d.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://les-jeunes-et-lalcool.e-monsite.com/pages/prevention/prevention.html>.
11. Sécurité routière (2008). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://den-e-portfolio.fr/folio/fr/Sécurité_routière_Communication_SRC.html.
12. Ministère de l'Intérieur (2008) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.securite-routiere.gouv.fr/medias/campagnes/le-gilet-et-le-triangle>.
13. Prévention Routière et Assureurs Prévention (2010). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://metz.fr/actus/2010/101214_prevention_routiere.php.
14. Sécurité routière (2013) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.funeraire-info.fr/tag/securite-routiere/page/2/>
15. Aides (2015) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.lanouvellerepublique.fr/France-Monde/Actualite/Sante/n/Contenus/Articles/2015/06/09/Moi-le-sida-la-nouvelle-campagne-originale-d-Aides-2359502>.
16. Assurance maladie (2010). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ladepeche.fr/article/2010/05/20/839322-assurance-maladie-lance-deuxieme-campagne-information-antibiotiques.html>.
17. Médecins du monde (n.d.). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://fr.adforum.com/talent/37389-achim-lippoth>
18. Anorexie et boulimie (n.d.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://graphisme.cahuntsic.ca/index.php/zones/graphisme/59-publicite-societale>.
19. Santé et services sociaux (2006). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.msss.gouv.qc.ca/sujets/prob_sante/itss/index.php?id=36,274,0,0,1,0.
20. Organisation mondiale de la Santé (n.d.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://image.slidesharecdn.com/pubfroce-111125033648-phpapp02/95/publicits-percutantes-10-728.jpg?cb=1322194084>.
21. Les Sept P'tit Nains (n.d.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://avbeaupre26.wordpress.com/frank-the-tank/portfolio-la-mauvaise-nutrition-chez-les-jeunes-dans-les-cegeps>.
22. Héma-Québec (n.d.). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://martinedufour.files.wordpress.com/2011/01/dufour-martine-pub-societale.jpg>.
23. Ministère de l'Écologie et du Développement Durable (2005) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://preventiondechets.fne.asso.fr/fr/je-minforme/reduisons-vite-nos-dechets-ca-deborde.html>.
24. CHU (2011) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.paperblog.fr/5109569/le-chu-de-charleroi-et-l-agence-de-pub-ph-410-partent-en-campagne-contre-le-sida>.
25. Mairie de Paris (2012) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.metronews.fr/paris/une-nouvelle-campagne-parisienne-contre-le-sida/mlgj7ArftmFg3iE>.
26. Aides (n.d.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.paperblog.fr/1363293/3-approches-publicitaires-pour-combattre-le-sida>.
27. Ecofolio (2012). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.illit.fr/2012/09/publicite-marketing-les-meilleures-creations-francaises-de-la-semaine-39/>

28. Dangers Alimentaires (n.d.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dangersalimentaires.com/category/articles/>
29. Coalition Eau Secours (September 2013). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.behance.net/gallery/12512485/Eau-Publicit-socitale>
30. ANDRA (2010) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.andra.fr/index.php?id=actualite_3_3_1&art=5336.
31. Ministère des familles, de l'enfance et des droits des femmes (n.d.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ici-grenoble.org/infospratiques/fiche.php?id=311>.
32. Office des personnes handicapées (n.d.). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.scamirand.com/2016/04/06/publicite-sociale>.
33. Handicap – Messages pour tous (n.d.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.pinterest.com/pin/461056080574256240>.

34. Action contre la faim (1994). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.apar.tv/publicite/la-publicite-au-secours-des-grandes-causes/>
35. Aurore (2015) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.lexpress.fr/actualite/societe/les-marques-de-luxe-detournees-dans-une-campagne-choc-pour-les-sans-abris_1675926.html.
36. Illérisme campagne de presse (2013) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zarafa.canalblog.com/archives/2013/02/26/26509803.html>.
37. Les Petits Frères des Pauvres (n.d.). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://fr.adforum.com/creative-work/ad/player/40188/rita/les-petits-freres-des-pauvres>.

Надійшла до редколегії 30.10.17

A. Chernova, PhD

Borys Grinchenko Kyiv University, Kyiv, Ukraine

PRAGMATIC PRESUPPOSITIONS AND DISCOURSE IMPLICATURES OF FRENCH SOCIAL ADVERTISING

The article is devoted to the study of the peculiarities of the use of pragmatic presuppositions and discourse implicatures of the contemporary French social advertising. The article defines the concepts of pragmatic presupposition and discursive implicature, and clearly distinguishes between these two types of indirect speech acts. In addition, the classification of implicatures is presented and the peculiarities of the process of implication in advertising are described. The functions of the implicatures, the particularities of their use and their role in the discourse of social advertising are shown on specific examples of advertising messages taken from modern French social advertising.

Key words: implicature, indirect speech act, pragmatic presupposition, social advertising, French advertising discourse.

A. Чернова, канд. филол. наук

Киевский университет имени Бориса Гринченко, Киев, Украина

ПРАГМАТИЧЕСКИЕ ПРЕСУППОЗИЦИИ И ИМПЛИКАТУРЫ ДИСКУРСА ВО ФРАНЦУЗСКОЙ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЕ

Статья посвящена исследованию особенностей употребления прагматических презуппозиций и импликатур дискурса в современной французской социальной рекламе. Приведены определения понятий прагматической презуппозиции и дискурсивной импликации, а также четко продемонстрировано разграничения этих двух типов косвенных речевых актов. Кроме этого, представлена классификация импликатур и описаны особенности процесса импликации в рекламе. Функции импликатуры, особенности их употребления и их роль в дискурсе социальной рекламы представлено на конкретных примерах рекламных сообщений, взятых из современной французской социальной рекламы.

Ключевые слова: импликатура, косвенный речевой акт, прагматическая презуппозиция, социальная реклама, французский рекламный дискурс.

ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВО

УДК 811.111'255=161.2:808.5

Т. Некряч, канд. філол. наук, проф.
Київський національний лінгвістичний університет, Київ,
Р. Довганчина, канд. філол. наук
Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ

**FLORES RHETORICAE:
ВІДТВОРЕННЯ РИТОРИЧНИХ ФІГУР У ПУБЛІЦИСТИЧНОМУ ДИСКУРСІ**

Розглядаються найуживаніші в публіцистичному дискурсі риторичні фігури, зокрема схеми, побудовані на повторі, які справляють сильне емоційне враження на аудиторію і дозволяють оратору досягати бажаного впливу. Доведено, що розподіл риторичних фігур на схеми і тропи (за Дж. Н. Лічем) стає надійним інструментом у роботі перекладача. Схеми як актуалізовані закономірності на рівні форми можна побачити й розпізнати навіть у тексті, написаному незнайомою мовою, тоді як тропи – актуалізовані відхилення на рівні змісту – потребують розуміння і осягнення. Перекладацькі труднощі у передаванні схем і тропів суттєво відрізняються між собою. Матеріалом для аналізу служать уривки з найвідоміших публічних виступів славетних політичних діячів та їхні українські переклади. Автори планують продовжити дослідження перекладацьких тактик відтворення тропів у публіцистичному дискурсі.

Ключові слова: риторичні фігури, схеми, тропи, повтор, актуалізація, ораторське мистецтво, переклад, публіцистичний дискурс.

*Like wildflower seeds tossed on fertile ground,
the figures of speech, sometimes
called the "flowers of rhetoric" (flores rhetoricae),
have multiplied into a garden of enormous variety over time
Gideon O. Burton.*

*Як насіння польових квітів, що впало на родючу землю,
так і фігури мовлення, які іноді
називають "квіти риторики" (flores rhetoricae),
розростаються з часом у сад небуваної розмаїтості
Гідеон О. Бертон.*

Вивчення риторичних фігур має давню історію і сягає корінням часів античності. Утім, ще до недавнього часу риторичні фігури розглядалися головню в навчально-дидактичному плані: у практикумах із риторики і стилістики, де наводяться класичні зразки стилістичних фігур, що оцінюються як орнаментальні елементи мовлення. У вітчизняних мовно-стилістичних студіях [див. 1, 3, 5] переважає лінгвістичний підхід до аналізу риторичних фігур, тобто, виділяються лексична стилістика, фоностилістика і функціональна стилістика. Попри всю глибину і незаперечну наукову цінність такого розгляду, для цілей перекладу і перекладознавства він видається занадто академічним і схоластичним. Оскільки переклад – це, передусім, практична діяльність, то і розуміння стилістичної складової тексту, що перекладається, в усіх його тонкощах, мало б тяжіти саме до практичного втілення.

У такому сенсі вельми практичною видається класифікація риторичних фігур, запропонована відомим британським ученим Дж. Н. Лічем, згідно з якою ці фігури поділяються на **СХЕМИ і ТРОПИ** [6]. У риториці, яка, власне, і започаткувала даний термін, фігури мовлення охоплюють широкий діапазон мовних засобів, різноманіття яких ускладнює визначення їхньої найсуттєвішої риси. Г. Ф. Плетт визначає фігуру як "найменшу нестандартну мовну одиницю" ("the shortest **DEVIANT** language unit") [9], а це вказує на те, що фігури, зазвичай, відступають від лінгвістичних "норм" повсякденного мовлення в той або інший спосіб, семантично або синтаксично. Таке визначення видається доцільним, якщо розглядати відхилення не лише як явища, які порушують правило, а і явища, що надмірно систематизовані (скажімо, повтори). Фігури мовлення, які первісно виникли у класичному ораторському мистецтві як засоби структурування й розвитку аргументації, а також емоційного впливу на аудиторію, з часом почали пов'язуватися ще й із мистецтвом літературної композиції.

Розподіл фігур мовлення на **СХЕМИ і ТРОПИ** забезпечує перекладача художніх та публіцистичних текстів вправним і надійним інструментом, який допомагає свідомо й цілеспрямовано шукати адекватні засоби передання у перекладі тих формально-змістових параметрів, що становлять ідейно-художню й емоційно-експресивну неповторність кожного твору. Власне, перекладачеві художніх і публіцистичних текстів не обов'язково знати ту або іншу термінологію, тому що він бачить текст і у всій його повноті, і в деталях, утім, коли вмикається лінгвістична свідомість, шлях до успішного результату скорочується.

Говорити про схеми і тропи неможливо без окреслення поняття "актуалізація", під якою в художній комунікації розуміється, головним чином, підкреслене відхилення від загальноприйнятої у певному соціумі норми. Такі відхилення спостерігаються і в живопису, і в музиці, і, безумовно, художньому тексті. Художнє відхилення чітко виступає на загальному тлі нормативності.

Видатний британський лінгвіст Дж. Н. Ліч пропонує вживати у розгляді схем і тропів такі чіткі поняття ("plain terms"), як **EXPRESSION** – форма/вираження і **CONTENT** – зміст [6, с. 73]. Форма включає фонологію і поверхневу граматичну структуру, тоді як зміст – семантичну і глибинну граматичну структуру. Обидва ці явища перетинаються у лексиці. Отже, на думку Дж. Н. Ліча, актуалізована системність переважає в лінгвістичній формі, а актуалізована несистемність – у лінгвістичному змісті. Таким чином, він запропонував такі визначення схем і тропів:

СХЕМИ – актуалізовані регулярні відхилення на рівні форми (**foregrounded regularities of syntactic or phonetic FORM**)

ТРОПИ – актуалізовані нерегулярні відхилення на рівні змісту (**foregrounded irregularities of CONTENT**).

Визначальною рисою схем є **регулярні повтори** – приголосних, голосних, морфем, лексем, речень. Що ж стосується тропів, визначити їхню єдину визначальну

рису не видається можливим, оскільки кожен троп має свою специфічну особливість. Схем у риториці налічується значно більше, ніж тропів, що, зрозуміло, відбивається і у перекладі. Проте, якщо практично всі тропи, попри їхню глибину і семантичну складність, доволі легко піддаються перекладу, оскільки спираються на спільні мисленнєві процеси, відтворити в усій повноті різноманіття схем вдається нечасто. Хоча форма і зміст, як відомо, становлять єдність, усе ж таки, у перекладі текстів, де переживає образність висловлення, доводиться їх частково, на певних етапах, "розводити". Перекладач не має права жертвувати ані формою заради змісту, ані змістом заради форми. У певному сенсі, з огляду на переклад, **СХЕМИ і ТРОПИ** утворюють опозицію: **форму можна спостерігати, зміст – тільки осягнути**. Навіть у тексті, написаному незнайомою мовою, можна виокремити схеми саме завдяки регулярності повтору того або іншого елементу форми. Троп, не знаючи мови, розпізнати неможливо.

В ораторських промовах, розрахованих на аудіальне сприйняття, зустрічається на порядок менше тропів порівняно зі схемами. За способом утворення схеми і тропи Г. О. Бертон, професор англійської мови американського університету ім. Брігама Янга та автор сайту Silva Rhetoricae [11], розподіляє на групи.

Групи схем:

Структури рівноваги – Structures of Balance – (паралелізм, ізоколон, триколон, антитеза, кульмінація).

Зміна порядку слів – Change in Word Order – (анастрофа, вставне слово, прикладка).

Вилучення – Omission – (еліipsis, асиндетон, полісиндетон).

Повтор – Repetition – (алітерація, асонанс, поліптон, антанаклаз, анафора, епістрофа, епаналепсис, анадиплосис, градація, антиметабола, хіазм).

Групи тропів:

Характеристика одного предмета через інший – Reference to One Thing as Another – (метафора, порівняння, синекдоха, метонімія, персоніфікація).

Гра слів та каламбури – Wordplay and puns – (антанакласис, параномазія, зевгма, ономатопія).

Заміни – Substitutions – (антимерія, перифраза).

Перебільшення/Применшення – Overstatement/Understatement – (гіпербола, літота).

Семантичні інверсії – Semantic Inversions – (риторичні питання, іронія, оксиморон, парадокс).

Ще софісти наголошували на впливовості схем на слухача і стверджували, що стилістично бездоганні схеми можуть увести у певний транс, зачарувати й заворожити слухачів. Так, структури рівноваги та повтори (двоколон, триколон, тетраколон) зустрічаються майже в усіх публіцистичних виступах, особливо політичних. Барак Обама, безумовно, надає перевагу схемі триколону. Наприклад, у його першій інавгураційній промові можна нарахувати 22 випадки періодів, які утворюють триколони. Джон Кеннеді вдався до цього прийому тільки двічі у своїй відомій інавгураційній промові, натомість удало застосував таку структуру рівноваги, як **антитезу**, що утворюється завдяки навісному поєднанню двох протилежних ідей в одному реченні. Вже в першому реченні відчувається протиставлення:

"We observe today not a victory of party but a celebration of freedom, symbolizing an end as well as a beginning, signifying renewal as well as change" [7, с. 158] – *"Сьогодні ми є свідками не перемоги партії, а торжества свободи, що символізує кінець – так само як і початок – знаменного оновлення та змін"* [7, с. 161].

Оскільки всі схеми використовують можливості синтаксису, у перекладі саме синтаксичне виділення

за допомогою тире підкреслює першу антитезу в промові Дж. Кеннеді: кінець – початок. Це свідчить, що у перекладі враховано і особливості усного мовлення, оскільки ці пунктуаційні знаки вимагають довгих пауз, ніж просто коми, а паузи дають можливість привернути увагу до найвагоміших елементів промови.

Антитеза **united vs divided**, яка завдяки її повтору в численних видатних творах, у байках Езопа, Біблії (*"And if a house be divided against itself, that house cannot stand"* – New Testament, Mark 3 : 25 [4, с. 987]), у промовах батьків – засновників Америки, у девізі штату Кентукі (*"United we stand, divided we fall"*) стала однією із найуживаніших алюзій американського політичного дискурсу:

"To those old allies whose cultural and spiritual origins we share, we pledge the loyalty of faithful friends. United there is little we cannot do in a host of cooperative ventures. Divided there is little we can do for we dare not meet a powerful challenge at odds and split asunder" [7, с. 158] – *"Старим союзникам, з якими ми розділяємо культурні та давні засади, ми присягаємо на вірність справжніх друзів. Об'єднані, ми здатні зробити сулусиленню спільних справ. Розділені, ми не можемо майже нічого, оскільки не наслідуюємося подолати потужну проблему через суперечки і розбрат"* [7, с. 161].

Антитеза **united vs divided** підкреслює протистояння між Сполученими Штатами Америки (The United States of America) і Радянським Союзом, який саме у рік інавгурації президента Дж. Кеннеді розділив (**divided**) Німеччину Берлінським муром. Оскільки у перекладі Америки традиційним відповідником до слова **United** служить **Сполучені**, а не **Об'єднані**, то єдиним рішенням убачається зберігання протиставлення на самому початку речень: **об'єднані vs розділені**, адже перші слова речення завжди мають сильніший ефект, та синтаксичне виокремлення антитези комами для утворення необхідних логічних пауз.

Дж. Кеннеді повертається до цієї антитези, щоб вкотре підкреслити конфлікт між двома супердержавами та двома протилежними ідеологіями, а саме демократії та комунізму:

"Let both sides explore what problems unite us instead of belaboring those problems which divide us" [7, с. 159] – *"Нехай обидві сторони проаналізують, які проблеми об'єднують нас, замість того, щоб битися над проблемами, які роз'єднують нас"* [7, с. 163].

У цьому випадку чітко зберігається протиставлення у перекладі: **об'єднані vs роз'єднані**, а також відчувається певне протиставлення у фразі: проаналізувати проблеми, замість того, щоб битися над проблемами.

Схематично, також, протиставляються концепти: **держава vs Господь Бог; бідні vs багаті**.

"... not from the generosity of the state but from the hand of God" [7, с. 158] – *"...не з ласки держави, а з рук Господа"* [7, с. 161].

"If a free society cannot help the many who are poor, it cannot save the few who are rich" [7, с. 159] – *"Якщо вільне суспільство не здатне допомогти більшості, яку складають бідняки, воно не здатне врятувати і меншість, яку складають багатії"* [7, с. 162].

Антитеза допомагає Дж. Кеннеді підкреслити також усвідомлення особистої відповідальності:

"I do not shrink from this responsibility – I welcome it" [7, с. 160] – *"Я не ухиляюся від такої відповідальності – я її радо приймаю"* [7, с. 164].

Готовність взяти на себе відповідальність передається у перекладі за допомогою інтерсифікатора: *"я радо приймаю"*.

Варто також звернути увагу на найвідомішу антитезу у цій промові, яка протиставляє відповідальність держави відповідальності самого народу та особисто кожної людини:

"And so, my fellow Americans, ask **not what your country can do for you; ask what you can do for your country**" [7, с. 160] – "І тому, мої співвітчизники-американці, **не питайте, що ваша країна може зробити для вас; питайте, що ви можете зробити для своєї країни**" [7, с. 164].

Хіазм, використаний у цій фразі, робить її афористичною і легкою для запам'ятовування. Ефект цієї антитези закріплюється її повтором, який наголошує, що їхня рідна країна – Америка, а сам президент є частиною народу і готовий діяти разом із ним:

"My fellow citizens of the world, ask **not what America will do for you, but what together we can do for the freedom of man**" [7, с. 160] – "Мої співгромадяни усього світу, **не питайте, що Америка зробить для вас; питайте, що ми разом можемо зробити для свободи людини**" [7, с. 164].

У більшості випадків антитезу можна і навіть потрібно зберігати у перекладі, що, звичайно, потребує вдумливого прочитання й аналізу оригіналу. Утім, не всі схеми піддаються відтворенню у перекладі. Зокрема, така схема повтору, як **алітерація**, яка теж є однією із улюблених риторичних фігур Дж. Кеннеді:

same solemn oath – та сама урочиста присяга;
man holds in his mortal hands – людина має **світ** у своїх слабких руках;
for which our forebears fought – за які боролися наші предки;

to friend and foe alike – до друга й до ворога;
whether it wishes us well or ill – бажає вона нам добра чи зла;

we shall pay any price, bear any burden – ми заплатимо будь-яку ціну, винесемо будь-який тягар;
the survival and the success of liberty – виживання і процвітання свободи;

faithful friends – справжні друзі;
colonial control – колоніальний контроль;
struggling to break the bonds of mass misery – сучасність розбити кайдани масових злиднів;

strongly supporting – твердо захищатимуть;
sovereign states – суверенні держави;
writ may run – приписи мають силу;
before the dark powers of destruction – до того, як темні сили руйнації;

the steady spread of the deadly atom – неухильне поширення смертоносного атому;

sincerity is subject – щирість треба доводити;
peace preserved – світ спасений;
bear the burden – нести свій тягар;
a grand and global alliance – великий **всесвітній** тягар;

high standards of strength and sacrifice – високі **стандарти сили і самозречення**;

let us go forth to lead the land we love – ходімо **вперед на чолі нашого коханого краю** [7, с. 164].

Як видно із наведених прикладів, із 21 випадку алітерації, яка присутня в оригіналі, лише у п'яти випадках удалося зберегти алітерацію у перекладі. Але це має декілька пояснень: насамперед, англійська мова сприяє алітеративності, на відміну від української, а, по-друге, неприпустимо жертвувати змістом висловлювання, тільки щоб за будь-яку ціну зберегти алітерацію. Дещо простішою для відтворення у перекладі є риторична схема повтору – **анафора**:

"To those old allies whose cultural and spiritual origins we share ..." [7, с. 158] – "Старим союзникам, з якими ми розділяємо культурні і древні засади..." [7, с. 161].

"To those new states whom we welcome to the ranks of the free..." [7, с. 158] – "Тим новим державам, яких ми запрошуємо до **спільноти свободних**..." [7, с. 162].

"To those people in the huts and villages of half the globe..." [7, с. 158] – "Тим людям, що живуть у хижих та селах майже на половині земної кулі..." [7, с. 162].

"To our sister republics south of our border..." [7, с. 159] – "Братнім республікам на південь від наших кордонів..." [7, с. 162].

"To that world assembly of sovereign states, the United Nations..." [7, с. 159] – "Всесвітній Асамблеї суверенних держав..." [7, с. 162].

"Finally, to those nations who would make themselves our adversary..." [7, с. 159] – "І, нарешті, тим країнам, які воліють **стати** нашими **супротивниками**" [7, с. 162].

Якщо алітерація збереглася у перекладі в одному випадку із п'яти, то анафора зберігається у кожному другому наведеному прикладі. До того ж, у цих реченнях відбувається компенсація певних утрат алітерації: до **спільноти свободних**; що живуть у хижих та селах майже; **стати** нашими **супротивниками**.

Подколи втрата однієї риторичної схеми може бути **компенсована** появою іншої схеми:

"Let us never negotiate out of fear. But let us never fear to negotiate" [7, с. 153] – "Ніколи не треба домовлятися через **страх**. Але **ніколи** не треба **страшитися** домовлятися" [7, с. 163].

В оригіналі простежується схема повтору – хіазм, а в перекладі її змінює поліптотон, оскільки повторюються окнокореневі слова: **страх** і **страшитися**.

Схема триколону – найулюбленіший прийом ораторів ще з часів відомої Геттісбурзької промови Авраама Лінкольна та його заключної фрази:

"...that government of the people, by the people, for the people, shall not perish from the earth" [7, с. 135] – "...і цей уряд з народу, створений народом і для народу, не зникне з лиця землі" [7, с. 135].

У перекладі неминуче уточнення: *by the people* – створений народом, а також уводиться сполучник **і**, але це не порушує саму схему триколону. Потребує також уточнення і тетраколон у відомій фразі Вінстона Черчилля:

"I have nothing to offer but **blood, toil, tears and sweat**" – "Мені нема чого запропонувати [британцям], **крім крові, важкої праці, сліз і поту**" (Перша промова на посаді прем'єра в Палаті громад, 13 травня 1940) [2].

Друга лексема цієї схеми *"toil"* – "exhausting physical labour" у перекладі несе те саме навантаження знову ж таки тільки завдяки інтенсифікатору "важкої". Інколи самі інтенсифікатори зазнають змін у цільовій мові, як, наприклад, у промовистому триколоні:

"Never in the history of human endeavour has **so much** been owed by **so many** to **so few**" – "Ніколи ще в історії людських конфліктів **так багато** не були **так сильно** зобов'язані **стільком** **небагатьом**" [2].

У перекладі зберігається антитеза: **багато** – **небагатьом**, але втрачається інверсія та відбувається транспозиція інтенсифікаторів. Утім переклад не несе такої промовистої назви, як оригінал, адже після промови В. Черчилля винищувачів, які відбивали повітряні атаки Люфтваффе (Повітряних сил Німеччини) під час Другої світової війни, стали називати "The Few", і хоча літературознавці впізнають тут алюзію на В. Шекспіра:

"From this day to the ending of the world,
But we in it shall be remembered –
We few, we happy few, we band of brothers..."

(The St. Crispin's Day speech is a speech from William Shakespeare's play, *Henry V*, in Act IV Scene III 18–67 [10, с. 805]),

а історики стверджують, що британський політик, член Таємної Ради Великобританії, Дафф Купер, хто виступив із промовою після повітряної атаки на Британію у 1940, був першим, хто вжив цю алюзію на В. Шекспіра, тим не менше люди, які не так добре обізнані в літературі, запам'ятали саме промову В. Черчилля. Цей триколон можна назвати класичним спадаючим триколоном:

<i>So much been owned by so many to so few</i>	<i>Так багато не були так сильно зобов'язані стільком небагатьом</i>
--	--

У перекладі навпаки триколон дуже симетричний і втрачає ритм спадання. В. Черчилль мав успіх, також, коли виголошує промову на одному із прийомів, застосував класичний триколон зростання:

<i>Now this is not the end It is not even the beginning of the end But it is, perhaps, the end of the beginning</i>	<i>Це ще не кінець Це навіть ще не початок кінця Але це, можливо, кінець початку.</i>
---	---

(The Bright Gleam of Victory, November, 10, 1942. Mansion House, London [2]).

Цим висловом В. Черчилль охарактеризував Другу битву за Ель-Аламейн (*Second Battle of El Alamein*) – вирішальну у кампанії в Лівійській пустелі між британськими військами 8-ої армії генерал-лейтенанта Б. Монтгомері та італійсько-німецькою танковою армією "Африка" генерал-фельдмаршала Е. Роммеля поблизу єгипетського міста Ель-Аламейн. Під час тривалої битви в період із 23 жовтня по 11 листопада 1942 року військам Роммеля вперше за всю Північно-Африканську кампанію Другої світової війни була завдана серйозну поразку, яка ознаменувала крах подальших планів гітлерівського командування з окупації Єгипту та вторгнення до Близького Сходу. Залучення більшої кількості лексики до схеми триколону уможливило збереження риторичної фігури у перекладі.

Прикладів удалого і не завжди вдалого передавання у перекладі риторичних схем існує безліч, проте важливо підкреслити, що прагнення зберегти їх за рахунок викривлення змісту неприпустимо, оскільки метою ораторських промов є переконання аудиторії, тобто, передусім, смисловий вимір. Зрозуміло, що далеко не всі схеми

знаходять симетричне відтворення у перекладі. Якщо дозволяє обсяг публіцистичного тексту, то часто у такому разі допустимі компенсації, у невеликих промовах – компенсації утруднені. На жаль, афористичність деяких славетних промов може постраждати через неможливість відтворення риторичних схем у повному обсязі.

Перекладацький аналіз дає можливість ретельно вивчати техніки передавання головного посилення публіцистичного виступу зі збереженням усіх стилістичних рис, найвпливовішими серед яких уважаються саме риторичні фігури мовлення. Відтворення цих фігур у перекладі часто кидає справжні виклики для перекладача, тому вимагає усвідомлення основних принципів їх утворення та функціонування. Адже саме публіцистичний дискурс репрезентує стереотипи масової свідомості, формує певні пріоритети, моделі поведінки, смаки та думки соціуму.

Перспективи дослідження. У подальшому планується розглянути якісні й кількісні показники відтворення у перекладі **РИТОРИЧНИХ ТРОПІВ**, що вживаються у публіцистичному дискурсі. Це забезпечить повноту дослідження і надасть можливість створити цілісну картину перекладацьких викликів у процесі адекватного передавання прагматичного потенціалу ораторської промови.

Список використаних джерел:

1. Арнольд І.В. Стилистика. Современный английский язык : учебник для вузов. – 6-е изд. – М.: Флинта: Наука, 2004. – 384 с.
2. Вінстон Черчилль. / Вікіцитати. [Електронний ресурс] – Режим доступу : <https://uk.wikiquote.org/wiki/> – Назва з екрану.
3. Стилистика английского языка : учебник / А. Н. Мороховский, О. П. Воробьева. – К. : Высшая школа, 1991. – 272 с.
4. The Holy Bible. King James Version. – Cambridge : Cambridge University Press, 2005 (first published in 1611). – 1232 p.
5. Kukharensko V. A. A Book of Practice in Stylistics: A Manual. – Vinnytsia: Nova knuga, 2015. – 280 p.
6. Leech G. N. A Linguistic Guide to English Poetry. – L.: Longman, 1969. – 240 p.
7. Nekryach T. Make Your Way to Public Speaking : Manual / T. Nekryach, R. Dovganchyna. – Vinnytsia: Nova knuga, 2000. – 160 p.
8. MacDonald M. J. The Oxford Handbook of Rhetorical Studies / M. J. MacDonald. – Oxford : Oxford University Press, 2017. – 784 p.
9. Plett H. F. Concepts of Style : a classification and a critical approach / H. F. Plett // Language and Style. – 1977. – № 12. – P. 269–281.
10. Shakespeare W. King Henry the Fifth / W. Shakespeare // The Complete Works of William Shakespeare. – Oxford : Wordsworth Library Collection, 2007. – P. 485–519.
11. Silva Rhetoricae: The Forest of Rhetoric / Provided by G. O. Burton [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://rhetoric.byu.edu> – Назва з екрану.

Надійшла до редколегії 30.10.17

T. Nekriach, PhD, Prof.
Kyiv National Linguistic University, Kyiv, Ukraine,
R. Dovganchyna, PhD
Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine

FLORES RHETORICAE: REPRODUCING RHETORIC FIGURES IN PUBLICIST DISCOURSE

The article focuses on the widest-used rhetoric figures, specifically, schemes built on repetition, which make a strong emotional impression on the audience, and thus contributing to the orator's achieving the coveted effect. The classification of rhetoric figures into schemes and tropes (according to G N. Leech) appears to be a reliable tool in the translator's work. Schemes as foregrounded regularities of form can be observed even in the text written in an unknown language, while tropes as foregrounded irregularities of content have to be understood and apprehended. The latter present translation challenges different from those presented by the former. The material under study is taken from most famous public speeches of prominent politicians and their Ukrainian translations. The authors intend to continue the research by investigating the ways of reproducing tropes in publicist discourse.

Key words: rhetorical figures, schemes, tropes, repetition, actualization, oratory, translation, publicist discourse.

T. Некряч, канд. филол. наук, проф.
Киевский национальный университет, Киев, Украина,
Р. Довганчина, канд. филол. наук
Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, Киев, Украина

FLORES RHETORICAE: ВОССОЗДАНИЕ РИТОРИЧЕСКИХ ФИГУР В ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Рассматриваются наиболее часто употребляемые в публицистическом дискурсе риторические фигуры, в частности, схемы, основанные на повторе, которые оказывают сильное эмоциональное воздействие на аудиторию и позволяют оратору достигнуть желаемого эффекта. Можно предположить, что разделение риторических фигур на схемы и тропы (по Дж. Н. Личу) становится надежным инструментом в работе переводчика. Схемы как актуализированные закономерности на уровне формы можно увидеть и рас-

познать даже в тексте, написанном на незнакомом языке, тогда как тропы – актуализированные отклонения на уровне смысла – требуют глубокого осознания. Переводческие трудности в передаче схем и тропов существенно различны между собой. Материал для анализа представлен фрагментами из известнейших публичных выступлений выдающихся политиков и их украинскими переводами. Авторы планируют продолжить исследование переводческих тактик воссоздания тропов в публицистическом дискурсе.

Ключевые слова: риторические фигуры, схемы, тропы, повтор, актуализация, ораторское искусство, перевод, публицистический дискурс.

УДК'81'255.4:82-3=161.2=111

Б. Плющ, канд. філол. наук
Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ

НЕПРЯМИЙ ПЕРЕКЛАД УКРАЇНСЬКОЇ ХУДОЖНЬОЇ ПРОЗИ: ЗНАЧЕННЯ ПАРАТЕКСТУАЛЬНОГО ФРЕЙМУ

Розглянуто аспект фреймування у непрямому перекладі української художньої прози, виокремлено роль та значення паратекстів у перекладі, зокрема в ситуації перекладу через третю мову, на основі соціологічного та культурологічного підходів. З'ясовано, що паратекстуальний фрейм є ключовим елементом подання оригінального тексту в перекладі, а також може бути показником непрямого перекладу. Саме перітексти та епітексти видання містять прямі чи опосередковані вказівки на факт перекладу через текст-посередник.

Ключові слова: непрямий переклад, етика перекладача, паратекст, перітекст, епітекст, паратекстуальний фрейм, інтеркультурність, пакт перекладу, перекладацький диспаратет.

Переклад української художньої прози ніколи не був пріоритетним напрямом книговидавання як в Україні, так і за її межами. Обмежене коло сучасних українських письменників має змогу бачити свої твори на віртуальних та реальних полицях американських і європейських країн. Наприкінці 2016 р. наказом Міністерства культури України було створено державну установу *Український інститут книги*, а в липні 2017 р. призначено її директора. В установчих документах статуту установи зазначено, що "метою діяльності Інституту є підтримка книговидавничої справи, популяризація читання, стимулювання перекладацької діяльності, популяризація української літератури у світі" [4]. Проте відсутня інформація про конкретні можливості фінансування потенційних перекладацьких проектів так само, як і пояснення альтернативних механізмів "популяризації" української книги у світі. Мала поширеність української мови не є сприятливим чинником позитивних зрушень у цій галузі. Переклад української художньої прози залишається рідкісною подією, яку закордоном помічає невелике коло інтелектуалів. Переклади ж творів українських класиків опинилися поза межами досяжності. Їх не видають, а ті перекладні видання, що видавалися у ХХ ст. часто позначені такими маргінальними практиками, як непрямий переклад. Убачаємо каузальний зв'язок між незначним інтересом до сучасної української літератури у світі та непрямым представленням творів українських класиків у минулому. Тому головною метою нашого дослідження є розгляд непрямих перекладів української художньої прози із позицій соціологічного та культурологічного підходів до перекладознавства, а саме виокремлення ролі та значення перекладача у формуванні та встановленні пакту перекладу, а також визначення впливу паратекстуального фрейму на репрезентацію перекладу загалом. Об'єктом цього дослідження є непрямий переклад української художньої прози, а предметом – вплив паратекстів до непрямого перекладу на встановлення пакту перекладу і представлення оригінального твору іноземному читачеві.

У сучасному перекладознавстві непрямому перекладові присвячено незначну кількість наукових розвідок попри його постійне використання на міжнародних заходах (усний) та багатовікову історію, що бере початок із біблійних перекладів. Наприклад, Дж. Вікліф зробив переклад Біблії англійською мовою (1385) із Вульгати, латинського перекладу Біблії із грецької та іврити (приблизно 405 р.), автором якого є Святий Ієронім. Історія

перекладу Біблії англійською мовою загалом, за твердженням Р. Лая, "гостро розкриває еволюційну природу непрямого перекладу" [19, с. 709]. Для висвітлення своєї думки він посилається на версію Ковердейла (1537), що містить вказівку на використання п'яти інших джерел – швейцарсько-німецької Біблії Цвінглі та Лео Джуді (1524–1529), німецької Біблії Лютера, латинської Біблії Пагнімеса (1528), Вульгати та Нового Завіту Тіндейла. Проте не тільки біблійний переклад є джерелом прецедентів непрямого перекладу як у Європі, так і за її межами.

Наприкінці середньовіччя (приблизно XV ст.) Арагон та його каталонська мова відігравали роль посередника між італійською та кастильською культурами. У XVI ст. англійські перекладачі лицарських (віршованих) романів і новел Лорд Бернерс та Сер Томас Норс звертали до франкомовних текстів, а не до іспанських оригіналів. Тоді у британській перекладацькій традиції загалом привалював переклад через франкомовне посередництво. Саме так до рук англословного читача доби пізнього Ренесансу потрапляли твори Демосфена, Плутарха, Гомера. Відомим прикладом є переклад Плутархових "Життів" (1579) Сером Томасом Норсом, який було здійснено із французького перекладу того самого твору Жака Аміота [11, с. 349]. Подібним чином пізніше при перекладі Сервантесового "Дон Кіхота" Томас Шелтон, Пітер Мотью та Тобайас Смоллет також послуговувалися франкомовним текстом-посередником. Великий політичний трактат самотнього італійського мислителя та політичного діяча Нікколо Макіавеллі "Il Principe" ("Державець", 1532) був перекладений англійською мовою безпосередньо з італійського тексту-джерела тільки у 1640 р. Едвардом Дакре. До того часу він був доступний в англійському перекладі Саймона Патеріке ("The Prince," 1620), зробленому із ворожого оригіналу франкомовного тексту Джентіле "Анти-Макіавеллі" (1576) [11, с. 350], в якому перекладач засуджує ідеї управління, висловлені Макіавеллі, проголошуючи їх аморальність. Король Англії Генріх VIII читав цей твір італійського мислителя в оригіналі, оскільки володів як французькою, так і італійською мовами, і, за свідченнями істориків, використовував поради мудрого італійця у своєму правлінні. Проте далеко не всі знали стільки іноземних мов, як великий англійський монарх, а відтак можна простежити причину сучасного негативного сприйняття всього, що пов'язано з іменем Нікколо Макіавеллі у західному світі, яке франкомовне посередництво запламувало "гріхом"

аморальності та безпринципності ще у XVI ст. "Французька мова у XVII–XVIII ст. часто виступала посередником при передаванні англійської літератури у німецьку літературну систему" [13, с. 63]. Так, твори видатного англійського поета й драматурга В. Шекспіра, чия особливість, за визначенням Д. Крістала, полягає не в "кількості нових слів, які він вводив у вжиток, а в тому, як він їх використовував" [8, с. 12], стали доступними на європейському континенті лише у XVIII ст. завдяки перекладам французького філософа Вольтера у його "Філософських листах" (1726) [24] та абата Прево. Саме франкомовні переклади творів Дж. Лока, А. Поупа, Дж. Еддісона, Д. Дефо, Дж. Свіфта, С. Річардсона та Г. Філдінга служили першоджерелами перекладів на німецьку мову [12, с. 415]. Пізніше французькі переклади виконували роль оригінальних текстів для ранніх іспанських видань ("Hamleto", 1772), доки в 1838 р. не було здійснено прямий переклад "Макбета" з оригіналу італійською мовою (це був прозовий переклад К. Ресконі). Франкомовне посередництво також служило джерелом для перекладу творів російської художньої літератури на англійську, іспанську, італійську та інші мови. Так, наприклад, Ю. Оболенская в історії перекладів російської літератури на іспанську мову виокремлює період із середини XIX ст. по 20–30-ті рр. XX ст. як період "непрямих перекладів", переважно із французьких текстів [2, с. 5]. У період із 1880 по 1930 рр. японська мова виступала реле-мовою при перекладі російської літератури на китайську мову.

Цікавим є той факт, що французька мова продовжувала відігравати роль посередника й у XX ст. (напр., у малодосліджених чесько-португальських літературних взаєминах). Так, знаковий та канонічний для чеської літератури роман Я. Гашека "Пригоди бравого вояка Швейка" був перекладений португальською (пер. А. Кабрал, вид. 1961 р.) із його французького перекладу (пер. Г. Горейші, вид. 1932 р.). Тоді як іспанською мовою роман побачив світ (пер. А. Ханес) завдяки німецькомовному перекладові, що його виконала Г. Райнер. Таким чином, історія літературних обмінів переповнена перекладами через третю мову, котрі часто приховувалися з огляду на різні причини їхнього створення (ідеологічні, економічні). Непрямий переклад є маргінальною та небажаною практикою, яку не просто ідентифікувати. Чеський перекладознавець Я. Спірк вважає "складнощі зі встановленням відповідної текстової основи" [22, с. 143] головною причиною незначної кількості досліджень та публікацій на цю тему. Якщо заглибитися у його студію чесько-португальських перекладів, можна здобути пояснення такої позиції дослідника, адже він чесно зізнається, що "у кількох випадках йому таки не вдалося встановити справжньої текст-джерело для того чи іншого португальського перекладу" [22, с. 148]. Прямі або опосередковані згадки про непрямий переклад є у наукових статтях таких іноземних теоретиків та практиків перекладу, як К. Доллеруп (непрямий переклад та переклад реле, метамова та приклади непрямого перекладу [9, 10]), М. Рінгмар (непрямий переклад і скандинавської мови), К. Вошборн (непрямий переклад та нелінійні наративи), Д. Беллос (метамова непрямого перекладу та власні непрямі переклади), Р. Лай, Г. Роса, А. Піста (непрямий переклад як вид перекладу), Я. Спірк (чеська література у непрямих перекладах). В українському перекладознавстві тема непрямого перекладу не розглядалася досі, що, вважаємо, чинником новизни цього дослідження. Огляд іноземної літератури, опублікованої закордоном, спонукає до висновків, що твори таких класиків української літератури як, наприклад, Іван Франко, ніколи не перекладалися або не здо-

були свого читача. Актуальність цього дослідження зумовлена тим, що попереднє припущення хибне: ці твори перекладалися надто часто через посередництво третьої мови із фреймуванням, котре являло зразки художньої літератури як приклади літератури іншої народності. Таким чином, багато перекладів української художньої літератури були хибно представлені, що не сприяло їхньому входженню до світової скарбниці інтелектуального письменства. Відтак, розгляд цих забутих перекладів дозволить щонайменше привернути увагу до них та можливо спонукатиме до ініціювання роботи над створенням нових перекладів старих шедеврів нашої літератури.

У цій статті ми розглядаємо непрямі переклади зразків української художньої прози в аспекті їхнього фреймування, головню їхніх паратекстів. Як і непрямий переклад, паратексти є малодослідженою темою. Вони перебувають на периферії перекладного тексту, а відтак існує тенденція до недооцінки їхнього значення. Про паратексти писали такі літературознавці та теоретики перекладу, як Ж. Женетт, Дж. Мандей, Т. Германс, Ш. Тахір-Гюрчайлар. У нашому дослідженні послугуємося класифікацією французького літературознавця-структураліста Ж. Женетта, який порівнює паратекст із "вестибюлем, який пропонує навколишньому світу можливість завітати всередину або розвернутися і піти геть" [14, с. 2]. Він поділяє паратексти на перітексти (заголовки, передмова) та епітексти (інтерв'ю, рецензії) [14, с. 5]. Таким чином, перітексти містяться безпосередньо у тексті видання, а епітексти поза його межами. Метою нашої студії є розгляд особливостей паратекстів, які супроводжують видання перекладів творів української художньої прози, що були зроблені через третю мову, та визначення їхнього впливу на подання перекладного твору в іншомовному континуумі.

Паратексти мають особливе значення у контексті непрямого перекладу, адже вони можуть сприяти як його виявленню, так і нівеляції. Так, наприклад, із епітексту розпочалося наше зацікавлення цією темою та низка наукових статей і дисертаційне дослідження, присвячене бінарності видів перекладу української художньої прози. Мова про лист В. Федорончука до українського письменника-емігранта І. Багряного від 20.10.1959 р., в якому той пише про видання роману "Тигролови" (1944) італійською мовою: "Перекладачка питала, між іншим, чи англословний текст відповідає вірно оригінальному, українському текстові" [1, с. 258]. Таким чином, в особистому листуванні письменника ми виявили відомості про те, що саме з англословного перекладу роману "Тигролови" ("The hunters and the hunted", Iwan Bahriany, Burns and Mac Eachern in Toronto, 1954, 270 p.) було здійснено його переклад на німецьку ("Das Gezet der Taiga", Iwan Bahriany, Styria in Köln, 1961, 255 s.), голландську ("Vlucht in de Taiga", Iwan Bahrjany, Prisma Boeken, 1959, 250 s.), данську та інші мови. При цьому, наприклад, у німецькому виданні роману відсутня будь-яка згадка про те, що переклад зроблено через третю мову. У перітекстах замість "переклад з [...]" бачимо "Deutsche Bearbeitung von Dr. Margreth von Kees" ("німецьке опрацювання / німецький переклад док. М. фон Кеес"), що не експлікує факт непрямого перекладу, у цьому випадку з англійської мови. Отже, паратексти здатні усунути найбільшу складність, пов'язану із дослідженням непрямих перекладів, а саме встановлення повної текстової основи перекладу: текст-джерело, текст-переклад-посередник, кінцевий непрямий переклад (який, до речі, може бути також тільки "проміжною ланкою"). Наше головне припущення полягає у запереченні можливості достеменного дослідження непрямого перекладу за

умови відсутності всіх його текстів-складників. У всіх своїх студіях звертаємося та пропонуємо до розгляду приклади із непрямих перекладів, пошук текстової основи, які ми здійснили самостійно, послуговуючись комплексним компаративним перекладознавчим аналізом. Запропоноване дослідження не є винятком.

Тож у прикладі з непрямым перекладом роману І. Багряного "Тигролови" вирішальну роль відіграє епітекст, адже саме він інформує про факт перекладу через третю мову та про переклад-посередник. Проте не кожен має доступ і мотивацію шукати епітексти до перекладів, що привернули увагу. Уважаємо, що пріоритетне значення для представлення твору мають перітексти, які не потребують пошуку, адже вони вже містяться у виданні. Так, наприклад, назва книги чи заголовок якогось розділу можуть докорінно змінити сприйняття запропонованого твору. Повертаючись до прикладу з романом "Тигролови", воліємо звернути увагу на назви його видань іншою мовою:

1. "The hunters and the hunted" (1954) [28]

"Мисливці та здобич" (переклад наш. – Б.П.)

- 1.2. "Das Gesetz der Taiga: die Geschichte einer abenteuerlichen Flucht" (1961) [29]

"Закон Тайги: історія однієї захопливої втечі" (переклад наш. – Б.П.)

- 1.3. "Vlucht in de Taiga: een ontsnapping in Siberië" (1959)

"Втеча до Тайги: історія одного відступу з Сибіру" (переклад наш. – Б.П.)

Під назвою роману *"Тигролови"* приховується метафора, адже ця назва має безпосереднє відношення не лише до українців-переселенців, яких зустрічає протагоніст роману (Григорій Многогірний) на Далекому Сході, та мисливства як їхнього основного способу виживання, а може бути імплікована й на самого головного героя, дужого й сміливого втікача із ГУЛАГу, на якого полює ціла система. В англомовному перекладі, здійсненому професором університету Торонто Ю. Луцьким, роман має назву *"The hunters and the hunted"* ("Мисливці та здобич"). Очевидно, що образ метафори дещо змінений, ослаблений, адже "тигр" – звір, котрий асоціюється із силою, могутністю, майже нездоланністю – відтворений більш узагальненим – "здобич" ("the hunted" – те, за чим полюють). Припускаємо, що відмовою від ближчого до оригіналу перекладу – "Tiger hunters" (Мисливці на тигрів) перекладач волів уникнути небажаного асоціативного зв'язку із поняттям "Witch hunters" (Мисливці на відьом – букв. значення у середні віки, пізніше – прибічники республіканського сенатора Джозефа Маккарті), яке мало негативну конотацію й асоціювалося із маккартизмом (політично мотивованим необґрунтованим інкримінуванням введення комуністичної діяльності та зради в Америці під час холодної війни (1947–1991), тобто і на час виходу першого англомовного перекладу "Тигроловів" (1954). Уважаємо, що відхід від оригінального образу метафори в англомовному перекладі зумовив її нівеляцію у перекладах німецькою (1.2.) та голландською (1.3.) мовами. Так, у німецькому виданні перекладачка Маргрета фон Кес, яка дещо скоротила роман, зацікавила увагу читачів на місці дії (Тайга) та втечі (Flucht), що має бути "пригодницькою" (abenteuerlich). "Закон Тайги" означає закон виживання, що також почасти відтворює, хоч і віддалено, оригінальну метафору. У голландському ж варіанті перекладу метафора зникає. Мова лише про втечу до Тайги. Перед тим, як читати роман у перекладі, може виникнути враження, ніби весь твір спрямований тільки на пригод, утечі, і все це на Далекому Сході. Використання метафори у заголовку є першим натяком на поетичність художнього задуму прозаїка Івана Багряного, яку частково

вдалося відтворити перекладачеві Ю. Луцькому, але не вдалося зберегти у назвах непрямих перекладів.

Отже, такий перітекст як назва твору, що за своїм визначенням впливає на очікування та сприйняття іншомовного читача, у перекладі стає одним із першочергових чинників представлення цього твору в іноземному континуумі. У ситуації непрямого перекладу перітексти зазнають більших модифікацій. Проте чи можуть вони бути індикаторами непрямого перекладу? Маємо безліч прикладів, коли перекладачі цілком змінюють заголовки книг і фільмів з огляду на потреби та конвенції мови та культури сприймача. Власне, це є однією із причин того, що деякі перекладознавці звертають особливу увагу на значення інших перітекстів, а саме передмови перекладача. Її значення у контексті непрямого перекладу теж виходить на перший план, оскільки з усіх елементів фреймування передмова має найбільший вплив на встановлення пакту перекладу. С. Альвштад зазначає, що "ми як читачі сприймаємо слова перекладу як такі, що належать авторові (а не перекладачеві) не тільки через загальну культурну норму або через неспроможність усвідомити, що певний текст є перекладом, а тому, що риторична структура тексту перекладу заохочує нас сприймати перекладений текст, як авторський, навіть попри очевидну дискурсивну присутність перекладача" [5, с. 274]. Норвежська дослідниця перекладу також зазначає, що запозичила ідею цього терміна у французького літературознавця Ф. Лежена – творця поняття "автобіографічного пакту". "Пакту перекладу так само, як і автобіографічному пакту, сприяють паратексти [...] Але якщо автобіографічний пакт пропонує читачеві сприймати текст як правдиву оповідь життя автора, то пакт перекладу запрошує читача до читання книги як написаної тільки автором" [5, с. 271]. Важливою складовою пакту перекладу є паратексти, оскільки вони створюють фреймування для книги перекладу та "надають багато інформації [...] і розкривають різні типи агентів перекладу" [15, с. 115].

Із усіх перітекстів саме передмова містить найбільше інформації. У передмові перекладача можемо дізнатися більше додаткової інформації про оригінальний текст і проблеми та стратегії перекладу. Вона ілюструє інтеркультурність перекладача, за термінологією австралійського перекладознавця Е. Піма, та є складником встановлення пакту перекладу. Інтеркультурність перекладача відкриває для нього нові обрії власної культури й нові перспективи бачення культури вихідного тексту. Е. Пім так пише про принцип інтеркультурності перекладача: "перекладачі, зазвичай, інтеркультурні у тому сенсі, що вони працюють на перетині двох чи більше культур, а не в межах єдиної пріоритетної культури" [20, с. 9]. Проте інтеркультурність не регулює суб'єктивність перекладача як homo sapiens. Американський перекладознавець Л. Венуті формулює це так: "Ми досі не розуміємо культурних і соціальних імплікацій вербального вибору перекладача так само, як і не досягнули згоди щодо того, як слід писати та читати переклади та щодо того, яким комунікативним актом можна вважати переклад" [25, с. 6]. На його думку, *етична дія* перекладача полягає у тому, щоб "взяти відповідальність за перенесення іноземного тексту в іншу ситуацію, визнавши що сама ця його іноземність/чужість потребує культурної інновації" [25, с. 192]. Саме у цьому питанні Л. Венуті досягає згоди зі своїм постійним опонентом Е. Пімом, який також вважає відповідальність за представлення твору основою етики перекладача [20, с. 69]. Відтак, особистість перекладача має великий вплив на якість його перекладу.

Відомий своїм холистичним (поєднує у собі лінгвістичний та аналітичний) підходом до перекладу німецький

романіст, перекладач та перекладознавець Ф. Пепке наголошує, що "переклад – це особиста зустріч, яка вимагає від перекладача як емоційного і фізичного, так і інтелектуального вкладення" [16, с. 132]. Схожої думки дотримується теоретик перекладу Г. Співак, яка вважає переклад "найінтимнішим актом читання" [23, с. 74]. Роль перекладача важко недооцінювати, коли йдеться про "міноритарні" або "постколоніальні" літератури [7]. Розглядаючи конфліктні й колоніальні контексти, М. Бейкер зазначає, що перекладач може функціонувати як "агент підпільного протистояння" опресору, не тільки служити йому [6]. Вона вважає фреймування тим інструментом перекладача, який дає йому змогу втручатися та вносити зміни у наративи [6]. Саме паратексти (перітексти та епітексти) утворюють фреймування видання. Т. Германс зазначає, що "фреймування – це все, коли мова про конфлікти цінностей" [17, с. 287]. Відповідно від фреймування залежить як установлення пакту перекладу, так і його відсутність – дискордантний переклад. Т. Германс вважає фреймування одним із інструментів "сигналізування перекладачем відмінності між його поглядами та висловленими у тексті перекладу [...], що становить дискордантний переклад" [17, с. 292]. Проте перекладознавець пише про прямий переклад. Фреймування, а особливо перітексти, має відмінні характеристики в умовах непрямого перекладу, який є наслідком перекладацького диспаритету [3], що полягає у нерівності обмежень перекладачів із менш поширених мов, себто вимог до їхнього телосу, відповідальності у ситуації перекладу ВГОРУ, за термінологією Д. Беллоса, або перекладу із так званих периферійних мов. Відтак, однією з ознак непрямого перекладу є відсутність передмови перекладача. Адже як можна писати про стратегії або проблеми, чи цікавинки перекладу твору, жодним словом не згадавши про мову, з якої було зроблено цей переклад? Так, наприклад, передмова до німецькомовного видання повісті "Захар Беркут" І. Франка написана не перекладачем, а деякою пані У. Вібах, яка пише про цей твір як про зразок російської літератури.

Свого часу повість І. Франка "Захар Беркут" (1882) викликала широке зацікавлення громадськості та прихильність літературної критики. Були спроби перекласти її за межами України. Український публіцист і критик Роман Сембратович (1876–1906), переклавши більшу частину повісті німецькою мовою, пропонував свій переклад п'ятьом видавцям. "Всюди відказано мені, що так руська література, як і ім'я писателя так мало ще звісні, що видання такого твору було би занадто ризиковане", – пише Р. Сембратович у листі до І. Франка від 10 квітня 1903 р. За життя письменника повість німецькою мовою не була видана. Доля перекладу Р. Сембратовича невідома [Т. 1 : 483]. Однак у 1955 р. берлінське видавництво "Verlag Kultur und Fortschritt" видало цю повість у перекладі Марги Борк із заувагою, що переклад було здійснено з російськомовного джерела (Russischer Originaltitel Захар Беркут, пер. П. Карабан, 1953). Відтак можемо припустити, що частково причиною відмов публікувати переклад Романа Сембратовича стало несприйняття М2 перекладу, адже Марга Борк, на відміну від нього, здійснила переклад на рідну для себе мову – на німецьку. Однак, очевидним є й той факт, що це не була єдина причина, щоб "Захар Беркут" увійшов до німецькомовного континууму (чи бодай спробував увійти) через російськомовну призму сприйняття. Передмова Урсули Вібах настановлює на думку про роль російськомовного джерела як цензури, адже в ній говориться, що Франко пише про російський народ, що він перекладав російських класи-

ків та що Жовтнева революція здійснила мрії Франка, висловлені у творі. При цьому ані російськомовний переклад, ні німецькомовний не подають передмови самого Франка. Таке наративне фреймування покликане викликати довіру в читача, адже воно фактично створює образ російського письменника, який пише про російські проблеми, а отже, і переклад із російської мови у свідомості читача втрачає статус непрямого. Тобто, перекладацький пакт установлено за рахунок ренаративу з боку видавництва й перекладача. Адже безпосереднім доказом внеску останнього є його переклад. Цікавим є той факт, що таке фреймування виникає саме у німецькомовному виданні, бо у російськомовному перекладі Русь залишається Руссю, а от у його німецькомовному відповіднику вона вже стає Росією (Rußland):

2. Коли б були свою власть і свою силу повернули на скріплювання, а не на підкопування тих порядків по громадах і живих зв'язків між громадами, то наша **Русь**, певно, не була б упала під стрілами та топорами монголів, але була б отстоялася проти них, як глибоко вкорінений дуб-велетень отстоюється проти осінньої бурі! [27, с. 46].

2.1. Если бы свою власть и свою силу они обратили на укрепление, а не на подрыв этих порядков в общинах и живых связей между общинами, тогда наша **Русь**, наверно, не пала бы под стрелами и топорами монголов, но устояла бы против них, как глубоко укоренившийся дуб-гигант выстаивает против порывов осенней бури! [26, с. 43].

2.2. Wenn sie ihre Macht und ihre Kraft zur Festigung und nicht zur Schädigung dieser Gemeindeordnungen und der Beziehungen der Gemeinden zueinander benutzt hätten, wäre **Rußland** wohl nicht unter den Pfeilen und Äxten der Mongolen gefallen, sondern hätte ihnen standgehalten wie eine gigantische, tiefverwurzelte Eiche dem Herbststurm [30, с. 63].

Таким чином, переклад відповідає всім перітекстам видання (титольній назві з даними про переклад, передмові тощо). Крім того, у німецькомовному тексті повісті спостерігаємо численні спрощення та стандартизацію образів, які є не завжди такого їх представлення у російськомовному "джерелі". Розгляньмо такі приклади:

3. "Тим ліпше! Тим ліпше!" – говорила вона з таким **смілим поглядом**, з таким **солодким усміхом**, що Максим, мов очарований, не міг нічого більше сказати [27, с. 14].

3.1. "Тем лучше! Тем лучше!" – говорила она с таким **смелым взором**, с такой **пленительной улыбкой**, что Максим, как зачарованный, не мог ничего возразить [26, с. 9].

3.2. "Um so besser! Um so besser!" sagte sie mit so **kühnem Blick** und einem so **hinreißenden Lächeln**, daß Maxim wie verzaubert war und kein Wort mehr hervorbrachte [30, с. 19].

4. Але, коли Максим, трохи осмілившись, стиснув її ніжну, а так сильну руку, тоді Мирослава почула, як щось солодко защемило її коло серця, як лице її загорілось стидливим рум'янцем – і вона спустила очі, а слово подяки, котре готове було вилетіти з її уст, так і заглохло на губах і **розлілалось по лиці дивним чаром розгоряючого сердечного чуття** [27, с. 23].

4.1. Но когда Максим, несколько осмелев, пожал ее нежную, но такую крепкую руку, Мирослава почувствовала, как что-то сладко защемило у нее в сердце, как лицо ее запылало стидливым румянцем, – и она опустила глаза, а слово благодарности, которое уже готово было слететь с уст, замерло на губах и **вспыхнуло в глазах дивным огнем первого разгорающегося чувства** [26, с. 18–19].

4.2. Als Maxim jedoch, etwas mutiger geworden, ihre zarte, aber kraftvolle Hand drückte, fühlte sie ihr Herz erbeben. Die Dankesworte erstarben ihr auf den Lippen, **in ihren Augen aber leuchtete das schöne Feuer der ersten aufkeimenden Liebe** [30, с. 31].

5. В його серці, смілім і чистім, як щире золото, відразу блиснула **щаслива думка**, котра тут же перемінилася в незламне рішення [27, с. 23]

5.1. В его сердце, смелом и чистом, как золото, сразу родилась **светлая мечта**, превратившаяся тут же в твердое решение [26, с. 19].

5.2. In seinem tapferen und reinen Herzen war jäh **ein Wunsch** erwacht, der sich sofort in einen festen Entschluß verwandelte [30, с. 31]

У прикладах 3 та 3.1 бачимо відтворення епітетів (смілий погляд – смелый взор, солодкий усміх – пленительная улыбка) та втрату алітерації. У німецькомовному перекладі (прикл. 3.2) зміна образу епітета абсолютно відповідає його зміні у російськомовному тексті-посереднику (нічого "солодкого", тільки "пленительное" – hinreißendes Lächeln – чаруючий сміх). Наростання тенденції спрощення також бачимо й у прикладах 4, 4.1 та 4.2. Метафора (**дивний чаром розгоряючого сердечного чуття**) відтворена в обох випадках зі стандартизацією (дивный огонь первого разгорающегося чувства). "Чар" змінився на "вогонь" і додалася більш стандартна сема "першого" кохання. Німецькомовний переклад наслідує спрощення у російськомовному (das schöne Feuer der ersten aufkeimenden Liebe – прекрасний вогонь першого кохання, що зароджується). Кохання не було назване в оригіналі не дарма. "Сердечне чуття" – так ніжно автор оминає називати те, що ще таке кволе й перебуває у зародку. Схоже переінакшення та спрощення образу бачимо й у прикладах 5, 5.1 та 5.2, де "щаслива думка" стає "светлой мечтой", а той "бажанням" (ein Wunsch у німецькомовному непрямому перекладі). Така, здавалося б, незначна зміна, спричиняє до цілковитої зміни образу героя, бо він людина відважна, людина дії, а не ліричний герой, сповнений мрій та сподівань. Це потверджує й друга частина речення про "незламне рішення". Отже, спостерігаємо схильність до спрощення та стандартизації поетичних образів оригіналу і, зважаючи на фреймування німецькомовного непрямого перекладу повісті, маємо підстави вважати таку невибагливість у прийнятті перекладацьких рішень умотивованою та свідомою. Адже стандартизація позначає певну уніфікацію, себто позбавлення ідентичності, позбавлення саме того "іншого культурного "я", яке, на думку, Е. Піма, становить основну етичну мету та невід'ємну складову настанови перекладача. Таким чином, можемо дійти висновку, що перітексти можуть не тільки сигналізувати / повідомляти про непрямий переклад, але й анонсувати ті модифікації, які зазнав текст перекладу. Так, наприклад, у післямові до своєї "Антології на тему "Жінки в Україні" ("Eine Anthologie zum Frauenthema in der Ukraine", 1999) А.-Г. Горбач вельми емоційно пише про життя жінок в Україні. Її післямова нагадує нарис, що рясніє категоричними судженнями:

6. "І що ж натовість роблять чоловіки? На жаль, часто вживане кліше часто відповідає реальності: чоловіки пиячать... Лише жінка, що знайшла чоловіка, дістає соціального престижу, хай навіть він буде безнадійним пияком..." [31, с. 155].

Не будемо дискутувати стосовно таких суджень. Варто лише зазначити, що перекладачка подає свої особисті суб'єктивні враження як сутність об'єктивної реальності, роблячи це доволі безапеляційно. Крім того, як укладач антології, вона подає у ній вибірку із творів українських письменників на теми, які підтверджують

фреймування видання. Так, наприклад, одне з оповідань сучасної української літератури, яке увійшло до антології, належить перу братів Капранових – "Русалка" ("Кобзар 2000 soft") – "Die Nixe". У притаманній цим письменникам іронічно-легкій манері в оповіданні зображено стосунки двох: її кохання й відданість, його вдавання кохання та зраду. Вочевидь така тематика спонукала укладачку та перекладача цієї антології Анну-Галю Горбач включити саме цей твір, із-поміж багатьох інших творів Капранових, до згаданої антології. Кінець оповідання трагічно-містичний: вона топиться в річці, після чого починають знаходити мертвими молодих чоловіків у сорочках із вишитою русалочкою – емблема, яку він використав у своїй виробничій справі за її намовою. Бачимо, що тематика твору приспосована до фреймування (післямова перекладачки, обрана нею назва антології), як і тематика решти 11-ти оповідань різних авторів (непорозуміння, трагічний кінець взаємин тощо). Очевидним є критерій відбору матеріалу до книги, що робить пакт перекладу дуже слабким, оскільки дискурсивна й паратекстуальна присутність перекладачки (її ім'я зазначено на обкладинці великими літерами, тоді як автори оповідань згадані тільки наприкінці й у змісті) є домінантною. Її погляд на життя та стосунки людей в Україні виходять на перший план, а самі твори-зразки українського художнього дискурсу опиняються на другому плані. За Т. Германсом, "перекладач установлює паратекстуальний фрейм, який потім просочується у весь текст перекладу" [17, с. 290]. Таким чином, основа представлення будь-якого перекладного видання починається саме із його паратекстуального фрейму.

Як було зазначено вище, у рамках непрямого перекладу паратекстуальний фрейм може служити індикатором перекладу через третю мову, оскільки така практика переважно замовчується через низку причин (ідеологічних, етичних, економічних тощо). У часи Радянського союзу формально мовою-посередником, а фактично мовою-цензури при перекладі українських текстів на інші мови, була російська мова. Як прямі переклади (на російську мову), так і непрямі переклади (із російськомовного перекладу, скажімо, англійською мовою) переважно здійснювалися в Москві. Наприклад, драму І. Франка "Украдене щастя" (1894) було перекладено іспанською мовою у 1958 р. московським видавництвом "Издания на иностранных языках" ("Ediciones en lenguas extranjerias"). На виданні чітко зазначено, що переклад здійснено Х. Лопез Ганіветом (J. Lopez Ganivet) із російської мови. Так само, як і на виданні англomовного перекладу (пер. Ф. Соласко, 1957) повісті І. Франка "Boa Constrictor" (1878) тим самим видавництвом зазначено, що переклад здійснено із російської мови. Більше того, англomовний переклад повісті є не тільки прикладом непрямого перекладу, а й М2 перекладу, оскільки для російської перекладачки Фаїни Соласко (Фаїна Глаголева) англійська мова не є рідною. Тож спостерігаємо акумуляцію двох небажаних явищ перекладу в одному прикладі. Проте вони навряд привернуть увагу іноземного читача, адже пряме посилення у перітексті видання на переклад із російської мови не експлікує факт непрямого перекладу. Такий паратекстуальний фрейм може ввести в оману і спричинити припущення про те, що оригінал був написаний російською мовою, а відтак І. Франко писав російською мовою та цілу низку похідних хибних висновків.

Отже, імідж української літератури за кордоном великою мірою залежить від перекладача, як, у принципі, і будь-якої іншої літератури у перекладі. Проте в умовах перекладацького диспаритету перекладач набуває нечуваної свободи дій. Його звитяга чи суб'єктивізм, анти-

патії та упередження завжди певним чином утручаються в процес перекладу, але таке втручання набуває загрозливих масштабів при перекладацькому диспаритеті, коли агент перекладу усвідомлює, що він виконує не лише репрезентативну функцію, а й місіонерську. Отже, від його фреймування залежатиме не лише подання та сприйняття твору іноземним читачем, а й формування цілісного уявлення про автора, твір, літературу цієї країни тощо. Це є пряма й безпосередня інвестиція у формування престижу того чи іншого твору. Наприклад, у лютому 2016 р. вийшла друком нова англomовна версія перекладу поеми російського поета О. Пушкіна "Євгеній Онегін." Британська газета *The Guardian* оприлюднила рецензію та рекламу нової книги (із лінком на сайт, де її можна придбати). Головним маркетинговим ходом було привабити читача збереженням самобутності оригіналу в перекладі. Для цього найбільший акцент заголовка було зроблено на перекладачеві, а саме "Рецензія на "Євгеній Онегін" Олександра Пушкіна – новий переклад від експерта" ("Yevgeny Onegin by Alexander Pushkin review – an expert new translation"). Автор рецензії Н. Лізард зазначає, що нова версія Е. Бріггса є рідкісним прикладом перекладу цієї поеми, коли ім'я головного героя не зазнало англіцизації. Зокрема, він пише, що сам перекладач, який вважається знавцем творчості О. Пушкіна та переклав свого часу "Війну і мир" Л. Толстого, у своїй передмові до перекладу присвятив 24 сторінки проблемам перекладу цього твору та одну третю цього обсягу витратив на висвітлення питання відтворення імені головного героя [18]. Таким чином бачимо, що перекладач сам у паратекстуальному фреймі свого перекладу закрив передумови успішного маркетингу та популяризації книги. Цей приклад є одним із багатьох, які підтверджують і пояснюють увагу таких відомих перекладознавців, як Т. Германс, Л. Венуті, Е. Пім, Е. Честерман, М. Бейкер до транслятології та ролі перекладача у перекладі. Крім того, вони ілюструють положення про те, що якщо фреймування може суттєво впливати на престиж і його формування, то необхідно працювати над виробленням правил та стандартів паратекстуального фрейму для перекладачів українського продукту, головним компонентом яких був би безумовно мотиваційний чинник – символічний та економічний капітал.

Фреймування творів українських класиків таким чином, щоб їхня "українська" ідентичність відійшла на задній план, а то і взагалі стерлася, російськомовне посередництво як засіб контролю та цензури – ті процеси, із наслідками яких сьогодні варто і можна поборотися. Саме існування такого поняття, як перекладацький диспаритет, має спонукати сучасних українських перекладачів (усе починається із нас самих) до інтенсифікації та оптимізації зусиль, спрямованих на просування українського літературного продукту за кордоном з далекоглядною метою зробити таким чином інвестицію у боротьбу та викорінення перекладацького диспаритету, котрий є продуцентом переважно негативних тенденцій (непрямий переклад як один із прикладів) та явиш у перекладі української літератури на інші мови. І робота у цьому напрямі повинна бути зосереджена однаково як на створенні нових прямих перекладів, так і на продукуванні достойних паратекстуальних фреймів нових перекладних видань.

Список використаних джерел:

- Багрянний І. Листування у двох томах / І. Багрянний ; упоряд. О. Коновал. – К.: Смолоскип, 2002. – Т. 1 (1946–1963). – 2002. – 706 с.
- Оболєнская Ю. Л. Испанский язык во взаимодействии с инос язычными культурами (На материале переводов произведений русских писателей XIX века в Испании и Латинской Америке): автореф. дис. ... д-ра филол. наук: спец. 10.02.05 "Романские языки", спец. 10.02.20 "Срав-

нительно-историческое, типологическое и сопоставительное языкознание, теория перевода" / Ю. Л. Оболенская. – Москва, 1997. – 45 с.

3. Плющ Б. Перекладацький диспаритет у контексті перекладів української прози англійською та німецькою мовами / Б. Плющ // Мовні і концептуальні картини світу : зб. наук. пр. / редкол.: А. Д. Белова (відп. ред.), В. Б. Бурбело, І. О. Голубовська, Н. Ю. Жлуктенко та ін. – К.: ВПЦ "Київський університет", 2015. – Вип. 2 (53). – С. 393–400.

4. Статут державної установи Український інститут книги / Мета та предмет діяльності [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://195.78.68.75/mcu/control/uk/publish/article?art_id=245224945&cat_id=245224937.

5. Alvstad Cecilia. The translation pact // Cecilia Alvstad // *Language and Literature. Journal of the Poetics and Linguistics. Special issue: Narration and Translation*; editor: Geoff Hall; assistant editors: Catherine Emmott, Joanna Gavins. – London: Sage Publications Ltd., 2014. – Vol. 23. – № 3. – P. 270–284.

6. Baker M. Ethics of Renarration [Електронний ресурс] / M. Baker, A. Chesterman // *Cultus, the Journal of International Mediation and Communication*, published in Italy. – 2008. – Режим доступу: <http://manchester.academia.edu/MonaBaker/Papers>.

7. Bhabha H. K. Über kulturelle Hybridität / H. K. Bhabha. – Wien-Berlin: Verlag Turia, 2012. – 88 p.

8. Crystal D. Lost in translation / D. Crystal // *Who Do You Think You Are? Magazine*, BBC Publications. – 2010. – April. – P. 68–72.

9. Døllrup C. "Relay" and "Support" translations [Електронний ресурс] / C. Døllrup. – 2008. – P. 1–9. – Режим доступу: <http://www.cay-dollerup.dk>.

10. Døllrup C. Relay in translation [Електронний ресурс] / C. Døllrup. – 2008. – Режим доступу: <http://www.cay-dollerup.dk>.

11. Ellis R. British tradition / R. Ellis and L. Oakley-Brown // *Routledge Encyclopedia of Translation Studies* (edited by M. Baker, G. Saldanha). – London & New York: Routledge, 2008. – P. 345–353.

12. Gambier Y. "La retraduction, retour et detour" / Y. Gambier // *Meta: Translators' Journal*. – 1994. – Vol. 39. – P. 413–417.

13. Gambier Y. "Working with relay: An old story and a new challenge" / Y. Gambier, L. P. González // *Speaking in Tongues: Language across Contexts and Users*, University of Valencia Press. – 2003. – P. 47–66.

14. Genette G. Paratexts: Thresholds of interpretation / J. E. Lewin, Trans. – Cambridge: Cambridge University Press, 1997. – 427 p.

15. Gürcaglar S. Paratexts / S. Gürcaglar // *Handbook of translation studies* (edited by Yves Gambier, Luc van Doorslaer), Amsterdam / Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2010/2011. – Vol. 2. – P. 113–116.

16. Hermans T. Hermeneutics / T. Hermans // *Routledge Encyclopedia of Translation Studies*; edited by M. Baker, G. Saldanha. – London & New York: Routledge, 2008. – P. 130–132.

17. Hermans Theo. Positioning translators: Voices, views and values in translation / Theo Hermans // *Language and Literature. Journal of the Poetics and Linguistics Association*; edited by Geoff Hall, Catherine Emmott, Joanna Gavins. – London: Sage Publications Ltd., 2014. – Vol. 23 (№ 3). – P. 286–300.

18. Lezard N. Yevgeny Onegin by Alexander Pushkin review – an expert new translation / N. Lezard // *The Guardian* [Електронна стаття]. – 9 February 2016. – Режим доступу: <http://www.theguardian.com/books/2016/feb/09/yevgeny-onegin-alexander-pushkin-review-expert-new-translation>.

19. Lie R. Indirect translation / R. Lie // *Encyclopedia of Literary Translation into English*; editor Olive Classe. – London; Chicago: Fitzroy Dearborn publishers. – 2000. – Vol. 1 (A–L). – P. 708–709.

20. Pym A. On Translator Ethics: Principles for mediation between cultures [Pour une éthique du traducteur. English] / Anthony Pym. p. cm. (Benjamins Translation Library, ISSN 0929-7316; v. 104) Based on seminars originally given at the College International de Philosophie in Paris, this translation from French has been fully revised by the author. – Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2012. – 185 p.

21. Pym A. Teorías contemporáneas de la traducción. Materiales para un curso universitario / A. Pym. (tr. por N. Jimenez, M. Figueroa and others. – Intercultural Studies Group. URV. Av. Catalunya 35. 43002 Tarragona, Spain, 2016. – 287 p.

22. Spirk J. Censorship, Indirect translations and Non-translation: The (Fateful) Adventures of Czech Literature in 20th-century Portugal / J. Spirk. – Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing, 2014. – 190 p.

23. Spivak G. Scattered Speculations of Translation Studies / G. Spivak // *Translation. Biannual Journal* (Editorial board: S. Nergaard, S. Arduini etc.). – Manchester: St. Jerome & Edizioni Di Storia e Letteratura, 2012. – P. 63–75.

24. Vagaries of translations past [Електронний ресурс]. – 2008. – Режим доступу: <http://www.steamthing.com/2008/06/vagaries-of-tra.html>.

25. Venuti Lawrence. Translation Changes Everything. Theory and Practice / Lawrence Venuti. – London and New York: Routledge Taylor and Francis Group, 2013. – 271 p.

Джерела ілюстративного матеріалу:

- Франко І. Захар Беркут. Картина общественной жизни Карпатской Руси в XII веке / Иван Франко; пер. с укр. П. Карабан. – Москва: Гос. изд-во худ. лит-ры, 1953. – 159 с.
- Франко І. Повість та оповідання (1882–1887) / Иван Франко. – Київ: Наукова думка, 1978. – Т. 16. – 509 с.

28. Bahriany I. The Hunted and the Hunters. / tr. by George S. N. Luckyi / Ivan Bahriany. – Toronto: Burns & MacEACHERN, 1954. – 270 p.
29. Bahriany I. Das Gesetz der Taiga / Deutsche Bearbeitung von Dr. Margreth von Kees / 3 Auflage / Ivan Bahriany. – Köln Graz: Verlag Styria, – 1963. – 255 s.

30. Franko Iwan. Sturm im Tuchla-Tal. Erzählung / Iwan Franko; Deutsch von Marga Bork. – Berlin: Verlag Kultur und Fortschritt, 1955. – 223 s.
31. Horbatsch Anna-Halja. Die Kürbisfürstin. Eine Anthologie zum Frauenthema in der Ukraine / Anna-Halja Horbatsch; ausgewählt und übersetzt von Anna-Halja Horbatsch. – Reichelsheim: Brodina Verlag, 1999. – 158 s.

Надійшла до редколегії 30.10.17

B. Pliushch, PhD, assistant

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine

INDIRECT TRANSLATION OF UKRAINIAN PROSE: THE IMPORTANCE OF PARATEXTUAL FRAME

The article aims to consider the issue of framing in terms of indirect translations of Ukrainian literary prose as well as to identify the impact of paratexts on translation, indirect translation in particular, from the standpoint of sociological and cultural approaches to translation. The results of the research define paratextual frame as a key element of the source text representation in translation. It can also serve as an indicator of indirect translation since epitexts and peritexts contain direct or veiled references to the source text being a translation.

Key words: indirect translation, translator ethics, paratext, peritext, epitext, paratextual frame, interculturality, translation pact, translator disparity.

Б. Плющ, канд. філол. наук, асист.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ, Україна

НЕПРЯМОЙ ПЕРЕВОД УКРАЇНСЬКОЇ ХУДОЖЕСТВЕННОЇ ПРОЗИ: ЗНАЧЕННЯ ПАРАТЕКСТУАЛЬНОГО ФРЕЙМА

Рассмотрен аспект фреймования в непрямом переводе украинской художественной прозы, обозначена роль паратекстов в переводе, в том числе и в ситуации перевода через третий язык, с точки зрения социологического и культурологического подходов к переводоведению. Установлено, что паратекстуальный фрейм является основным элементом представления исходного текста в переводе, а также может служить показателем непрямого перевода. Именно перитексты и эпитексты издания содержат прямые или завуалированные указатели на факт перевода через текст-посредник.

Ключевые слова: не прямой перевод, этика переводчика, паратекст, перитекст, эпитекст, паратекстуальный фрейм, интеркультурность, пакт перевода, переводческий диспаритет.

УДК 81'255.4:801.82.2–3

М. Ребенко, канд. філол. наук

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ

ХАРАКТЕР І ВЛАСТИВОСТІ СУБ'ЄКТИВНОЇ ДЕФОРМАЦІЇ В ТЕКСТІ ХУДОЖНЬОГО ПЕРЕКЛАДУ

Виділено та проаналізовано параметри суб'єктивної деформації як одного із аспектів загального явища перекладацької деформації у тексті художнього перекладу. Визначено, що суб'єктивна деформація є результатом таких суб'єктивно-перекладацьких перетворень тексту оригіналу, які можуть у сукупності призводити до суттєвих відхилень від художнього завдання автора, а також порушувати норми цільової мови задля розширення її виражальних можливостей або досягнення прагматичної адекватності перекладу. Систематизація функціональних ознак (асоціативно-образної, сугестивно-символічної, емотивно-оцінної), властивостей, а також установлення характеру двоїстості суб'єктивної деформації сприяють категоризації поняття "перекладацька деформація" у площині художнього перекладу.

Ключові слова: перекладацька деформація, суб'єктивна деформація, функціональні ознаки деформації, двоїстий характер, відносність, амбівалентність, ідіостиль автора, адекватність перекладу, художній переклад.

Постановка проблеми. У площині художнього перекладу від перекладача-майстра вимагається чітке визначення пріоритетів на шляху досягнення головної мети своєї роботи, а саме: збереження єдності формально-змістового наповнення першоджерела відповідно до норм і смаків цільової аудиторії. Проте багатостолітній перекладацький досвід переконливо вказує, що успішній кореляції "інформативності, інтерактивності та культури текстів оригіналу та перекладу" [15, с. 6] може завадити проблема взаємодіювання різнобічних явищ інтерпретаційної культури в системі перекладацьких перетворень, зокрема, перекладацька деформація як один із найбільших викликів адекватності перекладу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. На сучасному етапі становлення перекладознавчої парадигми поняття перекладацької деформації подане у роботах теоретиків і критиків перекладу лише фрагментарно (див. С. Алексеева [9, с. 6, 64, 89, 105, 112], Я. Ассмана [17], А. Бермана [18], М. Гарбовського [13, с. 80, 506–514], П. Коннора [20], О. Копильної [4], О. Кретьова [14], Д. Купера [21], Дж. Мандея [24], Г. Міллера [23], А. Науменка [5, с. 135], Т. Некряч [6, с. 192], О. Ребрія [7], Р. Чепмен [19], О. Чередниченко [8, с. 160]). Тобто, оперуючи терміном "деформація", перекладознавці не вносять чіткості в його тлумачення і, як слушно зазна-

чає В. Демецька [1, с. 1], цим уповільнюється процес термінологічного визначення та однозначності сприйняття базових трансляційних понять у контексті становлення перекладознавства як самостійної дисципліни. І хоча наголошується, що дослідження художнього тексту на даному етапі розвитку філологічної науки в цілому та перекладознавчої зокрема має ґрунтуватися на інтегративному, комплексному підході, який дає змогу поєднувати досягнення герменевтичних, семіотичних і стилістичних підходів (див. О. Ємець [2]), проте механізм реалізації досягнення міжтекстового інваріанта текста-оригіналу (ТО) у тексті перекладу (ТП) залишається поза зоною безпосереднього наукового спостереження.

Постановка завдання дослідження.

Мета роботи полягає у розкритті й уточненні змісту такого різновиду перекладацької деформації, як "суб'єктивна деформація". Задля досягнення поставленої мети потрібно встановити ознаки, властивості, причини появи деформації у процесі відбудови смислового та/або стилістичного інваріантів оригіналу і простежити залежність якості перекладу від дії об'єктивних і суб'єктивних аспектів деформації.

Об'єктом дослідження були англійські мовні елементи та їхні українські й російські перекладні відповідники з ознаками перекладацької деформації. **Предме-**

том дослідження вибрано мікро- та макростилістичні показники об'єктивної та суб'єктивної деформацій у тексті художнього перекладу.

Виклад основного матеріалу.

Загальне поняття "*перекладацька деформація*" у дослідженні розуміється як комплексне явище художнього перекладу, яке охоплює якісні та кількісні відхилення на всіх рівнях текстової організації (мікро- і макростилістичний рівні) та відображає два аспекти:

1. Об'єктивний аспект – об'єктивна деформація – такий процес накопичення об'єктивних різнорівневих лексико-семантичних, словотвірних і граматичних змін за кількісними показниками тексту, який не завжди має наслідком адекватне відтворення смислового та/або стилістичного інваріантів оригіналу;

2. Суб'єктивний аспект – суб'єктивна деформація – це результат таких суб'єктивно-перекладацьких перетворень, які можуть бути суттєвими відхиленнями від художнього завдання автора шляхом системного викривлення формальних і змістових елементів у межах тексту, так і порушеннями норми цільової мови задля розширення її виражальних можливостей або досягнення прагматичної адекватності перекладу.

Вважаємо, що суб'єктивний аспект деформації розкриває зміну змістово-концептуальної інформації у перекладі та повідомляє вторинному читачеві таке індивідуально-перекладацьке розуміння відношень між фактами, подіями, процесами, явищами засобами змістово-фактуальної інформації, яке може суттєво відрізнятися від власне авторського та змінювати норму цільової мови. Суб'єктивна деформація може бути наслідком як відхилень від художнього завдання автора у зв'язку з системним викривленням формальних і змістових еле-

ментів у межах тексту, так і порушень норми цільової мови задля розширення її виражальних можливостей або досягнення прагматичної адекватності перекладу.

Суб'єктивна деформація має імпліцитний характер, який формується у процесі накопичення та переходу значних об'єктивно-мовних відхилень у суб'єктивну площину – неадекватне відтворення комунікативного наміру автора, його манери, ознак створеного ним художнього образу тощо. Коли кількісно-об'єктивні зміни основних характеристик авторського ідіостилію стають системним викривленням формальних і змістових елементів тексту, тоді деформація є *негативною*. Проте у випадку фрагментарних зсувів на шляху досягнення прагматичної адекватності перекладу мікродеформації можуть набувати характеру *позитивних змін*.

З метою конкретизації природи суб'єктивної деформації у художньому перекладі оперуватимемо поняттями "функціональні ознаки деформації", "міжтекстовий прагматичний відповідник", "деформація суб'єктивно-прагматичного сигналу" в перекладі. Проаналізуємо сутність цих понять.

Можемо стверджувати, що поява одиначної ознаки чи їхнього комплексу спричинює *деформацію суб'єктивно-прагматичного сигналу в перекладі* – результату накопичення функціональних ознак суб'єктивної деформації, у результаті якого відбувається зміна лінгво-прагматичного наповнення смислових домінант ТО у ТП. Проілюструймо особливості виділеного для вивчення суб'єктивної деформації поняття деформації суб'єктивно-прагматичного сигналу в перекладі на прикладі аналізу наслідків різних підходів до відтворення назви першого оповідання зі збірки Дж. Д. Селінджера "Nine Stories".

Таблиця 1. Пліуралізм перекладацьких рішень відтворення назви оповідання Дж. Д. Селінджера "A Perfect Day for Bananafish"

ТП 1, 1961	"Лучший день банановой рыбы" (рос. переклад В. Голишева та Е. Наппельбаума)
ТП 2, 1961	"Хорошо ловится рыбка-бананка" (рос. переклад Р. Райт-Ковальової)
ТП 3, 1962	"Отличный день для селедки" (рос. переклад А. Майзенера)
ТП 4, 1998	"Чудесный день для банановой рыбки" (рос. переклад О. Махова)
ТП 5, 2003	"Чудовий день для рибки-бананки" (укр. переклад Д. Кузьменка)
ТП 6, 2008	"Самый день для банабульки" (рос. переклад М. Нємцова)
ТП 7, 2010	"Чудовий день для рибки-бананки" (укр. переклад С. Поліщука)
ТП 8, 2010	"Добре ловиться рибка-бананка" (укр. переклад М. Тарнавської)
ТП 9, 2012	"Чудовий день для рибки-бананки" (укр. переклад Ю. Григоренко)

Як видно з табл. 1, переклад смислової домінанти "bananafish" у назві "A Perfect Day for Bananafish" варіюється від іронічно-розмовної номінації "селедка" (ТП 3) до загадкової "банабульки" (ТП 6). Уважаємо, що нашарування у ТП 3 і ТП 6 додаткових творчомисленневих ознак може деформувати суб'єктивно-прагматичний сигнал ТО з тієї причини, що акцент авторської прагматики зміщено у бік нових образно-символічних площин. Натомість асоціативний ряд комічно-ірреальних перекладацьких оціночальних "банановая рыба/рыбка" (ТП 1; ТП 4), а також "рыбка-бананка"/"рибка-бананка" (ТП 2; ТП 5; ТП 7; ТП 8; ТП 9) хоча й відтворює прагматику "bananafish" лише частково, однак є ближчим до духовно-філософської прагматики першотвору. Тож проаналізуємо її зміст.

Традиційно в американській "селінджеріані" доля головного персонажа оповідання Симора Гласа уподібнюється до ситуації "bananafish" – через свою надчутливість такі особистості приречені на страждання, і це заважає їм "випливати" у світ, тобто знайти вихід із "бананової" пастки [16, с. 28]. У вітчизняній критиці – навпаки, причини загибелі "bananafish" і самогубства Симора вважаються абсолютно полярними, а поведінка "рибок-бананок" ("behave like pigs" – "поводяться по-

свинячому") не відповідає витонченій натурі образу [11, с. 97]. Однак тут варто поміркувати. Якщо "рибка-бананка" не символізує тонко організовану натуру Симора, а є узагальненим образом суспільства пасивних споживачів (думка І. Галинської, див. [12]), тоді виникає проблема пояснення алегоричного смислу їх загибелі. Окрім того, І. Галинська ніяк не коментує інший епізод притчі Симора – "They [bananafish] lead a very tragic life" ("Іхне ["рибок-бананок"] життя дуже трагічне" (переклад мій. – М. Р.)), ідея якого перегукується із життєвим шляхом персонажа Дж. Д. Селінджера. Тому те, що Симор називає "terrible disease", ніщо інше, як його усвідомлення результатів свого перебування у суспільстві, яке його оточує. Отже, більш очевидним є той факт, що симорівська притча про загибель "рибок-бананок" – це аналогія його самогубства.

Вважаємо, що авторський сугестивний смисл відображає шлях головного персонажа оповідання, і допускаємо, що Симор може гіпотетично уподібнювати свій теперішній стан поведінці "bananafish", оскільки вже "об'ївся" згубними для своєї духовної організації елементами. Тож, перейнявши правила гри цього суспільства (участь у воєнних діях, одруження з Мюріель, консультація у психіатра тощо), Симор відчуває поглинан-

ня своєї сутності, не витримує, захворює на "бананову лихоманку" і вчиняє самогубство.

Дж. Д. Селінджер, свідомий двозначної і дещо негативної прагматики обраного поняття "banana-fish", акумулює в ній змістово-концептуальну інформацію цілого твору. Комунікативний намір автора, прагматика створеного ним образу стають зрозумілими, коли адресат починає читувати з імпліцитних смислів цього поняття загнану в глухий кут тонко організовану натуру. І якщо в уяві англomовного читача лексема *banana-fish* асоціюється із похиттю, піддатливістю та нестійкістю, то в уяві українomовного реципієнта таких негативних асоціацій не буде і тільки після цілісного й навіть кількаразового прочитання твору можуть вималюватися багатозначні особистісно-асоціативні зв'язки, навіяні дзен-буддистськими захопленнями автора. Саме від перекладацького вміння адекватно відтворити для цільової аудиторії смисли та настрої залежить те, чи відчує читач жаль і смуток Симо-ра Гласса від витрачання свого життя на безглузду гонитву за штучними ідеалами суспільства "banana-fish".

Англomовна аудиторія орієнтована на емотивно-знижене прочитання символізму художнього образу твору вже самою його назвою, у якій в негативно на-шарованій асоціації смислової домінанти "banana-fish" [22, с. 78] вгадується істинне сприйняття авторської ідеї. До того ж, фактуальна комбінація *a perfect day for banana-fish* передає первинному читачеві двозначність змістово-концептуальної інформації назви оповідання: прекрасний день для рибки-бананки, тобто нагода для персонажа твору позбутися раз і назавжди згубного впливу конформістського суспільства "рибок-бананок"; або ж це чудовий день для бананової риболовлі, тобто час триумфу та абсолютної перемоги суспільства споживачів-приспосованців. У жодному із перекладів (ТП 1–9) немає такої двозначної філософсько-етичної інтерпретації назви оповідання, яка, безперечно, збіднює вторинну комунікацію, але, що не виключено, є єдиною можливим рішенням, яке не переобтяжує тексти-переклади зайвою експресією.

Переклад назви першого оповідання *"A Perfect Day for Banana-fish"* зі збірки Дж. Д. Селінджера – найбільш контроверсійний. Напевно, проблема залишиться нерозв'язаною (див. також О. Борисенка [10]) як із об'єктивних причин (неможливості еквівалентного відтворення системи смислів оригіналу засобами МП), так і з суб'єктивних (вимога до перекладу зберегти "загадковість" авторської манери). Підсумуємо, що у класичному перекладі Р. Райт-Ковальової, чий експресивний літературний талант пройшов випробовування цензу-рою, Дж. Д. Селінджер – гармонійний, а його складність дещо розтушована: одні "темні місця" розмиті перекладачкою для поступового наближення цього своєрідного автора до масового радянського читача, а інші – як, наприклад, номінація "banana-fish" – відтворені з ознаками деформації норми цільової мови (у цьому випадку російської). У той же час, важкі абзацно-фразові змістові блоки останнього російського перекладу М. Немцова, на думку деяких дослідників [10], утілюють спробу перекладача зберегти важливі для самого автора моменти оповіді, отже, більш удадо відтворюють смисловий інваріант оригіналу. Словотворча активність М. Немцова (напр. "банабулька", "бананорка", "банане-мочь") має ознаки деформації норми цільової мови і, попри негативний вплив на ступінь відтворення змісто-во-фактуальної інформації авторського тексту, не порушує ні його контекст, ні підтекст оповідання. Перевагою хрестоматійної точності інтерпретації Д. Кузьменка вважаємо створений перекладачем ефект співавторства. Тоді як в останніх українських перекладах

С. Поліщука та Ю. Григоренко (з елементами буквального наслідування більшості перекладацьких рішень Р. Райт-Ковальової) не має місця творчому пошуку, прагненню перекладача до індивідуального прочитання з метою розкриття своєму читачеві нових граней філософії Дж. Д. Селінджера. Зроблені висновки дають змогу констатувати, що "banana-fish" – це такі люди, які приречені співіснувати у ворожому до них оточенні. Очевидно, що на таку інтерпретацію сугестивного смислу назви оповідання спиралась і українська дослідниця творчості Дж. Д. Селінджера М. Тарнавська, пропонуючи варіант перекладу – "Добре ловиться рибка-бананка". Уважаємо, що акцентуація М. Тарнавською значення сугестивного плану назви оповідання Дж. Д. Селінджера у лексемі "ловиться" вдало передає внутрішню форму смислової домінанти "banana-fish", тобто вкладає ідею триумфу суспільства конформістів, яке все-таки ввіймало Симо-ра Гласса, напхало його своїми штучними цінностями та ідеалами, фальші яких він не витримав і зламався.

Аналіз різних підходів до перекладу назви першого оповідання *"A Perfect Day for Banana-fish"* зі збірки Дж. Д. Селінджера виявив об'єктивну деформацію під час відтворення змістово-фактуального наповнення смислової домінанти "banana-fish" у російських перекладах В. Голишева та Е. Наппельбаума, А. Майзенера, О. Махова, М. Немцова, а також комбінації *a perfect day for banana-fish*. Проте не всі перекладацькі рішення викривляють внутрішню форму авторської домінанти "banana-fish". Варіанти "банановая рыбка / рыба", "селедка" навряд чи можна вважати міжетекстовими прагматичними відповідниками селінджерівської номінації "banana-fish", тоді як новоутворення Р. Райт-Ковальової й М. Немцова, попри деформацію норми МП, – приклади творчо-евристичного способу перекладу. Якщо у ТП 1, 3, 4 поява суб'єктивної деформації породжує негативні асоціації читача, тобто може суттєво змінювати суб'єктивно-прагматичний сигнал ТО, то у ТП 2 і 6 ця деформація свідчить на користь майстерного розв'язання проблеми знаходження *міжтекстового прагматичного відповідника* як такого художнього елементу в перекладі, який рівноцінно відтворює внутрішню форму смислової домінанти "banana-fish" Дж. Д. Селінджера, тому гальмує появу деформації суб'єктивно-прагматичного сигналу в перекладі.

Фактор часу (українська версія: 2003–2010; російська версія: 1961–1962–1981–1998–2008–2012) відіграв позитивну роль у динаміці розуміння читачем прагматики оповідання *"A Perfect Day for Banana-fish"*. Останні українські (ТП 5, 7, 8, 9) і російський (ТП 6) переклади твору рясніють внутрішніми експлікативними декомпресантами (термін Ю. Камінського [3, с. 160–161]), що вказує на безупинний творчий пошук перекладачів, їхнє намагання прояснити "темні місця" Дж. Д. Селінджера, "дегармонізуючи" для читача усталені радянською свідомістю образи цього автора.

Розширимо аналіз поняття міжтекстового прагматичного відповідника на прикладах відтворення назв інших оповідань зі збірки Дж. Д. Селінджера "Nine Stories". Так, за мотивами твору *"Uncle Wiggly in Connecticut"* у 1949 р. режисер Марк Робсон зняв кінострічку *"My Foolish Heart"*, тобто "Моє нерозсудливе серце". Такий варіант, на нашу думку, не є міжтекстовим прагматичним відповідником (у цьому випадку мовою кіно) назви першоджерела, тому є всі підстави говорити про появу *асоціативно-образних ознак* суб'єктивної деформації у кінотворі М. Робсона. Хоча стрічку й було номіновано на премію "Оскар", це не змінило негативного ставлення самого автора до елементів крайньої деформації сюжетної лінії твору. У перек-

ладах цього оповідання Дж. Д. Селінджера, виконаних О. Сенюк ("Тупташка-невдашка") і Р. Райт-Ковальновою ("Лапа-растяпа"), втрачено оригінальний риторичний прийом авторської алюзії – прізвисько кульгавого кролика, персонажа американських дитячих казок (пор. укр. переклад Ю. Григоренко – "Дядечко Бір'їлі у Коннектикуті" і рос. переклад М. Немцова – "Дядюшка Хромоног в Коннектикуте"). Попри те, що запропоновані перекладачами О. Сенюк і Р. Райт-Ковальновою метафорично-образні приклади "тупташка-невдашка" і "лапа-растяпа" є умовними еквівалентами вихідної реалії *Uncle Wiggly*, такі рішення можна справді вважати перекладацькими знахідками. Хоча нашарування у текстах перекладів образів, полярних авторським, може змінювати сигнали алюзивно-топонімічного характеру оригінальної назви оповідання, перекладацька "гра словами" – приклад яскравого таланту О. Сенюк і Р. Райт-Ковальнової, прагнення перекладачів до творчої співпраці з автором з метою передати багатство лексико-семантичного шару цільових мов – російської та української.

Відслідкуймо, які ж міжтекстові прагматичні відповідники дібрані перекладачами до назви такого селінджерівського оповідання "*Down at the Dinghy*". Так, перекладацькі рішення Н. Галь, Д. Кузьменка, Ю. Григоренко та М. Немцова (відповідно: "В ялик" (перший варіант перекладу Н. Галь, опублікований у журналі "Новый мир", 1962, № 4), "В лодке", "У човні", "У швербота") можна також уважати частковими міжтекстовими прагматичними відповідниками селінджерівської назви. Смисловими домінантами у цьому випадку є не тільки іменникова мікростилистична номінація *dinghy*, яка означає певну маленьку шлюпку, надувний гумовий човник, туз або ялик, а й прийменникова лексема *down* у значенні руху вниз за течією. У результаті неповного відтворення у перекладах Н. Галь, Д. Кузьменка, Ю. Григоренко та М. Немцова особливого лексико-семантичного наповнення одиниці *dinghy* та семантичного значення прийменника *down* виникає підміна вихідної предметної ситуації оригіналу. П'ятиразове представлення тропу *dinghy* у ТО не сприяло пошуку українськими перекладачами рішення, відмінного від загального і традиційного варіанта "човен". Виникає питання, якими ж образами керується автор при виборі незвичної як у семантичному, так і в прагматичному плані одиниці *dinghy* замість традиційного *boat*. Очевидно, автор прагне змалювати бурхливість життя, у течію якого наважується заплисти "не-такий-як-усі" ялик, що викликає у "правильного суспільства місїс Снеллів" шквал обурення та протистояння. Українські перекладачі сприймають цей ідіомалюнок, однак мають сумніви, що переклад на кшталт "Річкою у тузі" чи "Униз за течією на борту ялика" може виявитися формально-ускладненим, конотація номінацій "туз" або "ялик" – непрозорою і, загалом, рішення, відмінні від класичного "В лодке", змінюватимуть лаконічний і міцно вкорінений у пам'яті радянського читача російський варіант. Тому такий частково адекватний характер проаналізованих лексико-семантичних і прагматичних перетворень Д. Кузьменка та Ю. Григоренко пояснюється фактором часу, що певною мірою виправдовує рішення перекладачів. Той факт, що в українському перекладі змалювано дещо інші образи, формально-змістове наповнення яких не повною мірою активізує прагматичний ефект ТО, указує на нейтралізацію селінджерівської імплікатури, однак не свідчить про появу суб'єктивної деформації художнього завдання автора в українському перекладі.

Проаналізуємо ознаки суб'єктивної перекладацької деформації з огляду на відсутність міжтекстових прагматичних відповідників смислової домінанти *squalor* у

назві оповідання Дж. Д. Селінджера "*For Esme with Love and Squalor*". Очевидно, що номінація *squalor*, зокрема особливість її суб'єктивно-прагматичного сигналу передавати полярність і навіть антонімічність поняттю *love*, становила найбільші труднощі для перекладачів С. Мітіної, Д. Кузьменка і Ю. Григоренко (відповідно "Дорогой Эсме с любовью – и всякой мерзостью", "Для Эсме, с любовью и мерзотой" і "Для Эсме: с любовью и мерзотой"). Складність перекладацького вибору зумовлює те, що у тексті твору не окреслено межі контекстуальної семантики цього "темного" місця селінджерівської прагматики: сержант Ікс так і не отримав пояснення від Есме, що саме вона мала на увазі, коли просила написати для неї оповідання про "*squalor*". Як бачимо, українські перекладачі у своєму варіанті "мерзота" не відходять від класичного перекладу С. Мітіної "мерзость" (пор.: "скверна" в останньому російському перекладі М. Немцова). За нашим переконанням, перекладацька знахідка М. Немцова – стилістично-еквівалентне (книжна лексика) і фонологічно-адекватне (пор.: "*squalor*" – "скверна") рішення перекладача, тому що найбільше перетинається із селінджерівським малюнком і рівноцінно передає у ТП ефект несподіваності ТО. Отже, вважаємо, що з метою мінімізації прояву суб'єктивної деформації з асоціативно-образною ознакою, яка виникає в українському перекладі назви оповідання Дж. Д. Селінджера "*For Esme with Love and Squalor*", варто продовжити пошук більш точного прагматичного відповідника авторському поняттю *squalor*, як, наприклад, "скудота" або "бридкість". Фонологічно-немилословне наповнення цих номінацій викликати у цільового читача почуття чогось неприємного, бридкого, злиденного, занедбаного тощо. Такі рішення, на наше переконання, гальмуватимуть деформацію суб'єктивно-прагматичного сигналу на шляху адекватного сприйняття специфіки образів Дж. Д. Селінджера у вторинній комунікації.

Завершимо дослідження сутності виділених нами для вивчення суб'єктивної деформації понять міжтекстового прагматичного відповідника, функціональних ознак суб'єктивної деформації та деформації суб'єктивно-прагматичного сигналу ТО у ТП аналізом прикладів перекладу назви оповідання Дж. Д. Селінджера зі збірки "*Nine Stories*" – "*Pretty Mouth and Green My Eyes*".

Інтертекстуальний характер цієї назви імпліковано в рядках вірша, який Артур, центральний персонаж твору, присвятив своїй дружині Джоані: "*Rose my color is and white, Pretty mouth and green my eyes*". Особливість цього інтертексту – емотивні прийоми гри кольорів, конверсивне ускладнення слововживання, а також можлива алюзія номінації *green* на шекспірівське змалювання ревновців у п'єсах "Венеціанський купець" (*green-eyed jealousy*) і "Отелло" (*green-eyed monster*). У селінджерівському контексті роль епітета *green* також неоднозначна. З одного боку, письменник змальовує поетичні образи – троянди на снігу та чарівне жіноче обличчя, а з іншого – авторська сугестія навіює читачеві почуття штучності й нещирості цих образів. Нав'язливо-повторюваний мотив *green eyes* (14-разовий повтор у першоджерелі) створює у тексті ефект відрази до вдавано зелених очей Джоані. Ось чому для розкриття авторського наміру перекладачеві так важливо відчувати й адекватно відтворити прагматику епітета *green* передавати умовно-позитивну оцінку речей, які оточують головних персонажів селінджерівського оповідання. Для цього, за нашим переконанням, недостатньо скористатися першим словниковим відповідником "зелений", як у перекладах Д. Кузьменка ("Уста чарівні й очі зелені"), М. Тарнавської ("І ці вуста, і очі зелені..."), Ю. Григоренко ("Вуста чарівні та зелені очі") а також у російському перекладі Н. Галь ("И эти губы, и глаза

зеленые..."). Уважаємо, що перекладачам варто було б розширити спектр свого творчого пошуку, прагнучи зберегти як поетичну форму оригіналу, так і багатозначність значення ключової деталі тексту – кольору очей Джоани. Той факт, що у примітках до перекладів цього оповідання перекладачі наголошують на багатозначності смислової домінанти *green* селінджерівського контексту, свідчить про те, що вони не відходять від традиційного варіанта "зелений", який, однак, не наближає читача до пізнання складності та амбівалентності емоційно-прихованого плану оповідання. Натомість в останньому російському перекладі М. Немцова ("Губки – ах, в глазах листва") зафіксовано відхід від словникового відповідника, прагнення перекладача розширити читачке сприйняття селінджерівських фарб і передати авторську гру кольорів *rose – white – green*. Широта семантичного наповнення перекладацького варіанта "листва" передає розмаїту гаму кольорів, відтінків і відчуттів – подібну до авторського. Попри те, що в перекладах Н. Галь, Д. Кузьменка, М. Тарнавської та Ю. Григоренко ефекти "розмитості" і "постійного вислизання" селінджерівського ідіостилю втрачено, зафіксовані **сугестивно-символічні ознаки** деформації – наслідок таких зсувів певної лейтмотивної сугестії авторського контексту, коли викривляється її імпліцитно-символічний смисл – не мають системного характеру. Мікродеформації перекладачів видаються відносними внаслідок неповного відтворення сугестивних інтонацій мотиву *green eyes* у зв'язку з індивідуальними засадничими настановами перекладачів.

Вивчення адекватності відтворення об'єктивно-мовного і суб'єктивно-прагматичного наповнення смислових домінант назв оповідань зі збірки "Nine Stories" підтверджує важливість урахування перекладачами взаємозумовленості об'єктивних і суб'єктивних показників тексту на мікро- та макростилістичних рівнях його організації, а також свідчить про необхідність заглиблення в семантику й прагматику смислових і стилістичних інваріантів Дж. Д. Селінджера заради уникнення негативної деформації в перекладі. Здійснимо спробу віднайти власні рішення перекладів назв оповідань Дж. Д. Селінджера в межах окресленої проблеми з'ясування причин і наслідків перекладацької деформації: "Чудовий день на рибку-бананку" ("A Perfect Day for Bananafish"), "Кролик Шкандибайло з Коннектикуту" ("Uncle Wiggly in Connecticut"), "Саме перед війною з ескімосами" ("Just Before the War with the Eskimos"), "Чоловік, який сміється" ("The Laughing Man"), "В ялику за течією" ("Down at the Dinghy"), "Для Есме з любов'ю та бридкістю" ("For Esme with Love and Squalor"), "Чарівність у вустах – зеленавість в очах" ("Pretty Mouth and Green My Eyes"), "Блакитний період де Дом'є Сміта" ("De Daumier-Smith's Blue Period"), "Тедді" ("Teddy").

У перекладі екзистенційної прози Дж. Д. Селінджера дуже важливо орієнтуватися на такі особливості стилістики цього письменника: композиційну будову творів (цілісність епіграфа та назв оповідань), простоту лексичного наповнення на противагу складності семантично-прагматичного змісту лексем-формантів назв оповідань, наявність імпліцитного сугестивного шару лексики, генетичний зв'язок назв творів із текстовим наповненням (назви взято із текстів), центральний концепт кожної назви твору як смислової домінанту цілісного твору. Неврахування таких параметрів художнього стилю Дж. Д. Селінджера може змінити суб'єктивно-прагматичні сигнали авторського контексту, тобто спричинити суб'єктивну деформацію художньої цінності ТО у ТП.

Результати проведеного аналізу дають можливість дійти висновку, що розглянуті тлумачення назв оповідань зі збірки "Nine Stories" – простір, у якому має місце суб'єктивна деформація з певними функціональними

ознаками. У заголовках оповідань Дж. Д. Селінджера так глибоко закодовано проблему взаємозумовленості об'єктивно-кількісних і суб'єктивно-якісних параметрів тексту та контексту автора, що рівноцінно декодувати її в перекладі стає можливим тільки після багаторазового прочитання всього твору цілком. Проаналізовані приклади перекладів О. Сенюк, Д. Кузьменка, С. Поліщука, М. Тарнавської, Ю. Григоренко, Р. Райт-Ковальової, М. Немцова та інших указують на складність пошуку перекладачами міжтекстових прагматичних відповідників смислових домінант Дж. Д. Селінджера.

Виокремимо й опишемо властивості актуалізованого в роботі поняття суб'єктивної деформації, що уявляє собою сутність, а також сприятиме узагальненню характеру явища перекладацької деформації. Уважаємо, що основними властивостями деформації у перекладі є відносність та амбівалентність.

Відносність суб'єктивної деформації зумовлюється різними причинами. Наприклад, у зв'язку із множинністю перекладів одного й того самого вихідного твору ті чи інші рішення перекладачів на певному етапі розвитку суспільства можуть вважатися абсолютно рівноцінними оригіналу, однак із часом інший переклад цього автора сприйматиметься більш адекватно. Інша причина відносності деформації – варіативна зумовленість процесу перекладу: друготвір – це продукт інтелектуальної діяльності кількох особистостей – як мінімум перекладача і редактора. Відносний характер перекладацької деформації демонструється на прикладах лексичної, семантичної та прагматичної полярності більшості рішень в українських перекладах повісті-казки Л. Керролла "Alice in Wonderland" з огляду на варіативну зумовленість художнього перекладу у зв'язку з такою суб'єктивною причиною, як психологічно-ситуативна орієнтація перекладачів на вікові та соціальні параметри цільової аудиторії. Суттєві лексико-семантичні зсуви в інтерпретаціях смислової домінанти *Caucus-Race* (пор. "Політична гонка", "Крос по інстанціях" (Г. Бушина); "Партійні перегони" (В. Наріжна); "Виборчі Перегони" (В. Панченко)) надмірно модернізують ситуацію першого твору, нашаровують на авторський контекст латентну ідею політичної гонитви. Діаметрально протилежні образи, багатозначність яких може адекватно сприйматися як дитями, так і дорослими читачами Л. Керролла, удалося створити перекладачам В. Корнієнчу ("Гасай-Коло"), О. Корецькій і С. Сулімі ("Біг по колу"). Інша смислова домінанта *Long Tale* у перекладах О. Корецької, С. Суліми ("Історія "Вертихвіст" ") і В. Панченка ("Довгий Кінець") представлена також експресивно неоднозначно: образи, які відображають запропоновані перекладачами назви, є вельми асоціативними та такими, що викликають у дорослої читачької аудиторії "Аліси" швидше емотивно-знижені асоціації з ознаками пейоративності, ніж природну ширшу зацікавленість дітей сюжетом казки письменника.

Результатом перекладацьких нівелювань ступеня емотивної оцінки автора може стати суб'єктивна деформація з **емотивно-оцінною ознакою**. Так, Ю. Покальчук у перекладі повісті Дж. Д. Селінджера "Franny" передає захоплення Френні Гласс давньогрецькою поезією Сапфо зі зниженим ступенем емотивної оцінки: "Delicate Adonis is dying, Cytherea, what shall we do? Beat your breasts, maidens, and rend your tunics". Isn't that marvellous? She keeps doing that, too" (J. D. Salinger) – "Вона [Сапфо] й справді-таки мила" (Ю. Покальчук). Ця деформація має **амбівалентний характер**, тобто відображає співіснування в художньому перекладі двох опозиційних сутностей – інваріантності семантики окремих мовних одиниць ТП у розумінні "пересічного" адресата та варіативності семантики

і прагматики цих елементів у сприйнятті "зразкового" реципієнта перекладу.

Виокремлені та проаналізовані властивості деформації (відносність і амбівалентність) допомагають узагальнити характер досліджуваного явища у перекладі. Вимальовується така картина інтерпретаційного процесу: обираючи певну стратегію, перекладач матеріалізує свою суб'єктивну концепцію в суму конкретних семіотичних перетворень, тобто суб'єктивна площина породжує реальні об'єктивні зміни у ТП і навпаки – об'єктивні перетворення у текстах вторинної комунікації із причин міжмовної асиметрії можуть породжувати суб'єктивну деформацію. У цьому й виявляється двоїстий характер суб'єктивної деформації в художньому перекладі.

Висновки. Аналіз параметрів суб'єктивної деформації та розроблення її категоріального апарату (систематизація функціональних ознак (асоціативно-образна, сугестивно-символічна, емотивно-оцінна ознаки), властивостей, а також установлення характеру двоїстості сприяють категоризації загального явища деформації як у художньому перекладі.

Накопичення у перекладі часткових фрагментарних зсувів на різних рівнях змістово-фактальної інформації ТО може породжувати суб'єктивну деформацію змістово-концептуальної інформації першотвору з певною функціональною ознакою – такою вторинною, контекстуально зумовленою характеристикою ТП, яка гальмує адекватне відтворення смислового та/або стилістичного інваріантів оригіналу шляхом формування відмінних від авторських контексту, підтексту, настрою або інтонацій.

Асоціативно-образна, емотивно-оцінна та сугестивно-символічна функціональні ознаки суб'єктивної деформації обрано у роботі критеріями вивчення цього явища в художньому перекладі. Асоціативно-образна ознака суб'єктивної деформації – результат таких перетворень у перекладі, які породжують відмінні від авторських смисли та асоціації художнього образу ТО у ТП. Емотивно-оцінна ознака суб'єктивної деформації – це результат таких перекладацьких відхилень, коли нівелюється або викривляється ступінь емотивної оцінки автора в ТП. Сугестивно-символічна ознака суб'єктивної деформації – це наслідок таких перетворень певної імплікатури авторського контексту, які викривляють її символічний смисл у тексті художнього перекладу.

Поява одиної функціональної ознаки суб'єктивної деформації або їхнього комплексу деформує суб'єктивно-прагматичний сигнал автора, коли відбувається зміна лінгво-прагматичного наповнення смислових домінант ТО, тобто виникають втрати смислового та/або стилістичного інваріантів оригіналу в перекладі.

Відносність і амбівалентність як основні властивості суб'єктивної деформації формують двоїстий характер явища. Відносність суб'єктивної деформації визначається варіативною зумовленістю процесу перекладу, феноменом множинності перекладів одного й того самого першотвору. Амбівалентні характеристики суб'єктивної деформації виявляються через співіснування взаємовиключних сутностей перекладу – інваріантності семантики окремих мовних одиниць тексту для "пересічного" адресата та прагматичної варіативності відповідних елементів ТП у сприйнятті "зразковим" реципієнтом перекладу.

Отже, суб'єктивна деформація – це об'єктивно-реальна мовна даність, яка виявляється лише відносною проекцією кількісно-якісних зсувів на всіх рівнях ТП порівняно із ТО. Вона може породжувати різні тлумачення одного й того самого авторського тексту в культурі-джерелі. Об'єктивно-суб'єктивна зумовленість деформації – це творче переосмислення перекладачем відносин, фактів, процесів, які відбуваються в суспільстві та представлені письменником у створеному ним художньо-образному світі.

Перспективи подальших розвідок. Уважаємо, що подальше вивчення перекладацької деформації за методиками кількісних розрахунків увиразнить характеристики її об'єктивного аспекта та об'єктивізує дослідження суб'єктивного аспекта феномена деформації в художньому перекладі.

Список використаних джерел:

1. Демецька В. В. Теорія адаптації в перекладі: автореф. дис. ... д-ра філол. наук: спец. 10.02.16 "Перекладознавство" / В. В. Демецька. – Київ, 2008. – 36 с.
2. Ємець О. В. Семантика, синтактика та прагматика тропів в аспекті поетизації художньої прози (на матеріалі оповідань Ділана Томаса): автореф. дис. ... канд. філол. наук: спец. 10.02.04 "Германські мови" / О. В. Ємець. – Київ, 2000. – 19 с.
3. Камінський Ю. І. Експлікативна асиметрія в перекладі на матеріалі декомпресованих коментарів як різновиду перекладацьких трансформацій / Ю. І. Камінський // Вісн. СумДУ: зб. наук. пр. – Серія: Філологічні науки. – 2006. – Т. 1, №11. – С. 159–162.
4. Копильна О. М. Особливості перекладу деформованих алюзивних цитат у художньому тексті / О. М. Копильна // Проблеми семантики слова, речення та тексту: зб. наук. пр. – К.: КНЛУ, 2006. – Вип. 16. – С. 99–105.
5. Наumenko А. М. Похоронна й заздравна для перекладу / А. М. Наumenko // Вісн. СумДУ: наук. журн. – 2001. – № 5(26). – Серія: Філологічні науки. – С. 133–139.
6. Некряч Т. Є. Види асиметрії при перекладі драматичного діалогу / Т. Є. Некряч // Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики. – 2006. – Вип. 9. – С. 191–196.
7. Ребрій О. В. Системний підхід до вироблення стратегії перекладу (на матеріалі "Новомови" Дж. Орвелла) / О. В. Ребрій // Актуальні проблеми перекладознавства та методики навчання перекладу: матеріали V-ї Всеукр. наук. конф., 10–11 квіт. 2009 р.: тези доп. – Х.: NTMT, 2009. – С. 14–15.
8. Череди́нченко О. І. Про мову і переклад / Олександр Іванович Череди́нченко. – К.: Либідь, 2007. – 248 с.
9. Алексеев С. А. Передача структуры образов художественного текста в переводе (на материале англо-русских переводов): дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20 / Алексеев Сергей Анатольевич. – Москва, 2009. – 298 с.
10. Борисенко А. Сэлинджер начинает и выигрывает / А. Борисенко // Иностранная литература. – 2009. – № 7. – С. 2–3.
11. Галинская И. Л. Загадки известных книг: [о Дж.Сэлинджере и М.Булгакове] / Ирина Львовна Галинская. – М.: Наука, 1986. – 128 с.
12. Галинская И. Л. Философские и эстетические основы поэтики Дж. Д. Сэлинджера / Ирина Львовна Галинская. – М.: Наука, 1975. – 145 с.
13. Гарбовский Н. К. Теория перевода: учебник / Николай Константинович Гарбовский. – М., 2004. – 543 с.
14. Кретов А. А. Деформация текста при переводе / А. А. Кретов // Социокультурные проблемы перевода: сб. науч. трудов. – Воронеж: ВГУ, 2002. – Вып. 5. – С. 89–91.
15. Селиванова Е. А. Стратегии и тактики переводчика в диалогической модели вторичной коммуникации / Е. А. Селиванова // Вісн. ХНУ ім. В. Н. Каразіна. – 2003. – № 611. – С. 3–7.
16. Alexander Ch. Salinger's "Franny and Zooey" and "Nine Stories": [A Critical Commentary] / Ch. Alexander. – New York, 1966. – 356 p.
17. Assmann J. Translating Gods: Religion as a Factor of Cultural (Un)Translatability / J. Assmann // The Translatability of Cultures: Figurations of the Space Between / ed. by S. Budick, W. Iser. – California: Stanford Univ. Press, 1996. – P. 25–37.
18. Berman A. Translation and the Trials of the Foreign / A. Berman; tr. by L. Venuti // The Translation Studies Reader / ed. by Lawrence Venuti. – Devon: Florence Production Ltd., 2004. – P. 276–289.
19. Chapman R. Between Languages and Cultures: Colonial and Postcolonial Readings of Gabrielle Roy / Rosemary Chapman. – Canada: McGill-Queen's Univ. Press, 2009. – 308 p.
20. Connor P. Translation Theory / P. Connor // The Encyclopedia of the Novel / ed. by Peter M. Logan. – U.K.: Blackwell Publishing Ltd., 2011. – Vol. ii. – P. 817–822.
21. Cooper D. L. Vasilii Zhukovskii as Translator and the Protean Russian Nation / D. L. Cooper // Contexts, Subtexts and Pretexts: Literary Translation in Eastern Europe and Russia / ed. by Brian J. Baer. – Amsterdam: John Benjamins Publishing Co., 2011. – P. 55–79.
22. Kuhlwezah P. The Troubled Identity of Literary Translation / P. Kuhlwezah // Translation Today: Trends and Perspectives / ed. by G. Anderman and M. Rogers. – Great Britain, MPC Books Ltd., 2003. – P. 112–125.
23. Miller H. J. Border Crossing, Translating Theory: Ruth / H. J. Miller // The Translatability of Cultures: Figurations of the Space Between / ed. by S. Budick, W. Iser. – California: Stanford Univ. Press, 1996. – P. 207–224.
24. Munday J. Introducing Translation Studies. Theories and Applications / Jeremy Munday. – N.Y.: Routledge, 2008. – 236 p.

Надійшла до редколегії 30.10.17

M. Rebenko, PhD, assistant
Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine

NATURE AND FEATURES OF SUBJECTIVE TRANSLATION DEFORMATION IN LITERARY TRANSLATION

The article highlights and analyzes the parameters of subjective deformation as one of the aspects of the general phenomenon of translation deformation in the target text (TT). It has been substantiated that subjective deformation is the result of such subjective translation transformations of the source text, which may deform pragmatic message within the framework of the author's creativity in the TT and, on the other hand, break the norms of the target language due to expanding its expressiveness or achieving translation pragmatic adequacy. The systematization of subjective translation deformation functional features (i.e. associative figurative, suggestive symbolic, and emotive evaluating), the characteristics of subjective translation deformation relativity and ambivalence in literary translation, as well as the dual nature of the phenomenon under research are aimed at categorizing of translation deformation notion within literary translation.

Key words: translation deformation, subjective translation deformation, translation deformation functional features, dual character, relativity, ambivalence, author's idiosyncrasy, translation adequacy, literary translation.

М. Ребенко, канд. філол. наук, асист.
Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ, Україна

ХАРАКТЕР И СВОЙСТВА СУБЪЕКТИВНОЙ ДЕФОРМАЦИИ В ТЕКСТЕ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ПЕРЕВОДА

Выделены и проанализированы параметры субъективной деформации как одного из аспектов общего явления переводческой деформации в тексте художественного перевода. Определено, что субъективная деформация является результатом таких субъективно-переводческих преобразований текста оригинала, которые могут в совокупности приводить к существенным отклонениям от художественной задачи автора, а также нарушать нормы целевого языка для расширения его выразительных возможностей или достижения прагматической адекватности перевода. Систематизация функциональных признаков (ассоциативно-образных, suggestively-символических, эмотивно-оценочных), свойств, а также установления характера двойственности субъективной деформации способствуют категоризации понятия "переводческая деформация" в плоскости художественного перевода.

Ключевые слова: переводческая деформация, субъективная деформация, функциональные признаки деформации, двойственный характер, относительность, амбивалентность, идиосинкразия автора, адекватность перевода, художественный перевод.

УДК 378:81'255.2.6:[811.161.2+811.111]

Л. Черноватий, д-р пед. наук, проф., М. Малявіна, асп.
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, Харків

СТРУКТУРА АНГЛОМОВНИХ ТЕРМІНІВ І СПОСОБИ ЇХ ПЕРЕДАВАННЯ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

Описано дослідження екстралінгвістичного й термінологічного компонентів фахової компетентності перекладача. Визначено обсяг предметних знань і термінів, необхідних для перекладу текстів, що належать до моделей інформаційної структури та вірності перекладу в інтерпретації Д. Жіля. Подано співвідношення способів перекладу українською мовою англomовних термінів-словосполучень різної структури. Запропоновано висновки щодо характеру залежності вибору таких способів від структури термінологічного словосполучення у тексті оригіналу. Окреслено перспективи подальшого дослідження.

Ключові слова: вірність перекладу, екстралінгвістичний компонент, термінологічний компонент, інформаційна структура, перекладознавство, співвідношення способів перекладу, спосіб перекладу, структура термінів, термін-словосполучення, фахова компетентність перекладача.

Метою підготовки майбутніх спеціалістів у галузі міжмовного посередництва є формування фахової компетентності перекладача (далі – ФКП), яка розглядається, з одного боку, як здатність перекладати на фаховому рівні, а з іншого – як сукупність знань, навичок та умінь, необхідних для перекладу в певній галузі людської діяльності (детальніше див. [5]). Зважаючи, що більше 90 % обсягу перекладів у світі припадає на галузеві (а не художні) тексти [3], у межах даної статті ми зосередимось саме на перших, абстрагуючись від проблем перекладу художньої літератури.

ФКП є мультикомпонентним утворенням, тому в даному дослідженні ми зосередимось лише на екстралінгвістичному та мовному її компонентах. Більше того, у структурі першого ми обмежимося лише предметними знаннями, які будемо розглядати як інформацію, що стосується поняттєвої основи, на якій ґрунтується відповідна галузь. Щодо мовної складової, то тут ми також звуємо її до термінологічного компонента, який ми тлумачимо як сукупність лексем, які позначають усі поняття, що входять до предметних знань.

Актуальність дослідження пояснюється, з одного боку, необхідністю конкретизації переліку предметних і термінологічних знань стосовно всіх галузей для їхнього врахування у навчанні майбутніх перекладачів, складання англо-українських та українсько-англійських галузевих термінологічних словників, дослідження залежності вибору способів перекладу від різноманітних чин-

ників, а з іншого – відсутністю відповідних розвідок у парі "англійська – українська мови".

Матеріалом дослідження було обрано англomовну термінологічну лексику (244 одиниці), пов'язану з моделями вірності перекладу та його інформаційної структури, запропонованими Даніелем Жілем [7].

Відповідно об'єктом дослідження є предметний і термінологічний компоненти ФКП, а предметом – склад згаданих компонентів, необхідний для перекладу англomовних текстів, що стосуються сучасних моделей перекладознавства й методики навчання перекладу, а також залежність вибору способу перекладу від структури термінів та термінологічних словосполучень у тексті оригіналу (ТО).

Метою дослідження було встановлення складу предметного й термінологічного компонентів ФКП, необхідного для розуміння й перекладу англomовних текстів, які належать до моделей вірності перекладу та його інформаційної структури, а також визначення залежності вибору способу перекладу від структури термінів у ТО.

Для досягнення цієї мети слід були вирішити ряд завдань, а саме: 1) окреслити обсяг предметних знань, тобто понять, на яких ґрунтуються моделі вірності перекладу та його інформаційної структури; 2) скласти перелік англomовних термінів, що належать до галузі дослідження; 3) розподілити відібрані терміни за структурними групами; 4) проаналізувати способи перекладу термінів різних груп з метою встановлення гіпотетичної

залежності способу перекладу від їх структури; 5) сформулювати висновки дослідження.

Подальша логіка дослідження полягала у послідовному вирішенні цих завдань, результати якого викладено далі.

Узагальнено предметні знання, що лежать в основі моделей, які розглядаються в даному дослідженні, зводяться до такого. В інтерпретації Д. Жіля [7] інформаційна структура повідомлення включає в себе головну (смысл повідомлення), а також другорядну інформацію, подану фреймовою (може вводиться адресантом (або відправником) ТО з метою полегшення розуміння смислу повідомлення адресатом), лінгвокультурною (не обирається адресантом свідомо, а виводиться із смислу повідомлення, завдяки дії норм конкретної мови або культури носіїв цієї мови) та особистісною інформацією (що не обирається адресантом і не спричинена лінгвокультурними факторами, а пов'язана з його особистісними характеристиками).

Відповідно до концепції Д. Жіля [7], будь-який один і той самий смисл вербально передається різними особами по-різному. Навіть одна й та сама особа в різний час і за різних обставин вибирає для передавання цього самого смислу різні мовні засоби. Таке переінакшення спричинюється не тільки усвідомленим вибором адресанта, оскільки у більшості випадків адресанти не усвідомлюють ні самі зміни мовного оформлення чи змісту власних висловлювань, ні їхні причини. Деякі з таких переінакшень обумовлюються мовними нормами мови перекладу, а інші – культурними нормами носіїв мови перекладу. Унаслідок цього ні формулювання висловлення, ні увесь його зміст не можуть розглядатися як безпосереднє відображення наміру адресата або результат його вибору на мовному чи змістовому рівнях. Таким чином, відхід від мовного оформлення ТО чи навіть певна корекція його змісту не обов'язково тягнуть за собою порушення перекладачем принципу вірності адресанту, якщо смисл, задуманий останнім, передано в тексті перекладу (ТП) [7, с. 74].

Таким чином, при перекладі галузевих текстів обов'язковим є збереження головної інформації, на якій ґрунтується смисл повідомлення. Що стосується другорядної інформації (фреймової, лінгвокультурної та особистісної), вона зберігається в ТП без змін лише за умови, що це не змінює вплив на адресата. В усіх інших випадках її зміни є припустимими, бажаними або навіть обов'язковими [7, с. 74]. Зокрема, коли збереження другорядної інформації ТО може спричинити негативний вплив на реалізацію впливу повідомлення на адресата, згаданий вплив має пріоритет над вірністю передачі другорядної інформації. За рекомендаціями автора підходу, що аналізується [7], лінгвокультурну інформацію слід переносити в мову перекладу без змін, тільки якщо це не спричинює негативного ефекту на комунікативний вплив повідомлення, а фреймову – варто вводити обережно, аби не змінити стиль відправника.

На думку автора [7], у перекладі варто дотримуватися послідовності тих ідей ТО, які забезпечують передавання смислу повідомлення. У межах речення структурні зміни, необхідні для додержання мовних норм, є припустимими, але у випадку свідомого їх порушення автором ТО або доповідачем, вони зберігаються у ТП.

Викладені вище загальні предметні знання, на яких ґрунтуються моделі, що тут розглядаються, включають значну кількість видових понять, кожне з яких позначається відповідною лексичною одиницею, сукупність яких утворює термінологічний компонент ФКП, необхідний для розуміння і перекладу відповідних текстів. Згадана сукупність, відібрана із уже згаданого оригінально-

го англомовного тексту [7] обсягом 74 589 друкованих знаків, забезпечила матеріал для дослідження співвідношення способів перекладу від структури англомовного терміна. Зважаючи на рамки статті, тут ми обмежимося лише аналізом термінологічних словосполучень.

Загальний обсяг відібраного матеріалу становив 158 одиниць, які за структурою, ґрунтуючись на належності першого компонента до відповідної частини мови, було розподілено на такі категорії: прикметникові (62 одиниці), іменникові (61 одиниця), дієслівні (22), дієприкметникові (9) та прислівникові (4). У межах кожної категорії виділялися також структурні моделі, де використовувалися такі умовні позначення: *Adj* – прикметник, *N* – іменник, *N's* – іменник у присвійному відмінку, *prep* – прийменник, *V* – дієслово, *Adv* – прислівник, *Part.I* – дієприкметник активного стану теперішнього часу, *Part.II* – дієприкметник минулого часу, *Ger* – герундій.

При визначенні змісту поняття "спосіб перекладу" ми виходили із загального змісту поняття "спосіб": "певна дія, прийом або система прийомів, яка дає можливість... здійснити що-небудь" [1, с. 1179]. Відповідно, "спосіб перекладу" тлумачиться нами як дія, прийом чи система прийомів, що дозволяє здійснити передавання смислу ТО в ТП. Поняття "спосіб перекладу" у такому змісті є родовим стосовно перекладацьких трансформацій, серед яких у нашому дослідженні зафіксовано перестановку, додавання та вилучення слів, зміст яких видається достатньо очевидним (див. також [2; 6]). Для аналізу передачі словосполучень важливим є також такий її спосіб, як калькування. Зважаючи на різні тлумачення його змісту [2; 6]), у межах даної роботи ми (див. також [4]) розглядаємо його лише як копіювання структури словосполучення мови оригіналу в мові перекладу безвідносно до значень їх компонентів, оскільки, на нашу думку, копіювати можна лише структуру, тоді як значення переноситься.

Далі подано аналіз кожної зі згаданих категорій за відповідними моделями.

Прикметникові словосполучення. У цю категорію входили термінологічні словосполучення та кліше таких моделей: *Adj+N* (56 одиниць), *Adj+Adj+N1* (2 одиниці), *Adj+N1+N2* (2 одиниці), *Adj+and+Adj+N1* (1 одиниця), *Adj+N1+Ger+Prep+N2* (1 одиниця), *Adj+N1+Prep+N2* (1 одиниця).

Словосполучення моделі *Adj+N*. Оскільки дана модель збігається з відповідною моделлю в українській мові, то не дивно, що у переважній більшості випадків (82 %) словосполучення даної категорії калькувалися, тобто в українському перекладі вони передавалися словосполученням "прикметник + іменник", наприклад, *informational changes* – інформаційні зміни, *primary information* – головна інформація.

У деяких випадках довелось вдаватися до перестановки і додавання слів. Перше викликане вимогами норм мови перекладу, а друге – необхідністю експлікації імпліцитної інформації. Відповідно зміст англомовного словосполучення в українській мові передавався іменниковим означальним словосполученням у постпозиції до українського відповідника компонента *N*, наприклад, *informational component* – компонент процесу передавання інформації, *informative message* – смисл галузевого повідомлення.

Ще рідше при застосуванні перестановки і додавання слів, зміст словосполучення ТО передавався в ТП прийменниково-іменниковим означальним словосполученням у постпозиції до українського відповідника ком-

понента *N*, наприклад, *informative communication* – комунікація з метою передачі інформації.

Іншим варіантом передавання змісту ТО був його переклад складним словосполученням, де перший компонент англомовного словосполучення трансформовано в іменникове словосполучення, що містить український відповідник, а другий – підрядним означальним реченням, наприклад, *original speech* – текст оригіналу, оформлений в усному мовленні.

Нарешті в одному випадку зміст лексичної одиниці ТО передано словосполученням "іменник + прикметник", тобто було застосовано просту перестановку слів (без додавання нових): *universal status* – статус універсальності.

Англомовні словосполучення, побудовані за моделлю *Adj+Adj+N1*, передавалися за допомогою словосполучення "прикметник + прикметник + іменник", тобто калькуванням структури словосполучення ТО, наприклад, *mandatory lexical choice* – обов'язковий лексичний вибір, *universal social consensus* – універсальна суспільна домовленість.

Калькування також застосовувалося стосовно словосполучень моделі *Adj+N1+Prep+N2*, які в українській мові передавалися словосполученням "прикметник + іменник + іменник", тобто за допомогою копіювання структури словосполучення ТО: *personal characteristics of the sender* – особистісні характеристики мовця.

На відміну від згаданих моделей, англомовні словосполучення, побудовані за моделлю *Adj+N1+N2*, передаються словосполученням "прикметник + іменник + іменник", тобто із застосуванням перестановки слів: *minimum fidelity principle* – мінімальний принцип вірності, *professional loyalty principle* – принцип професійної лояльності. В обох випадках це можна пояснити наявністю лексеми "принцип", яка в українській мові має тенденцію розташовуватися у препозиції щодо іменника у родовому відмінку.

Перестановка слів спостерігається і при передачі словосполучення, що належить до моделі *Adj-N1+Ger+Prep+N2*, де воно передається складним терміном, в якому український відповідник іменника *N1* трансформується у приймениково-іменникове словосполучення, наприклад, *low-priority rating of fidelity* – оцінка, в якій вірності відводиться невелике значення.

Перестановка слів вживалася також при передаванні словосполучення моделі *Adj+and+Adj+N1*. Крім того тут має місце ще й заміна сполучника *and* на дефіс в українському відповіднику, наприклад, *technical and scientific translation* – науково-технічний переклад. Обидві трансформації пояснюються необхідністю дотримання норм мови перекладу, які у даному випадку відрізняються від тих, що притаманні мові оригіналу.

Іменникові словосполучення. У моделі *N1 + N2* найпоширенішим (59 %) способом перекладу виявилася комбінація одночасного застосування перестановки слів і зміни частини мови, тобто передача оригінального словосполучення складним терміном, де український відповідник *N2* виступає у формі родового відмінка постпозитивним означенням до відповідника *N1* [2, с. 383]. Як і в попередньому випадку, обидві трансформації викликані потребою дотримання норм мови перекладу, наприклад, *communication efficiency* – ефективність комунікації.

Другим за питомою вагою (33 %) щодо даної моделі є одночасне застосування калькування і зміни частини мови, тобто передача змісту англомовного словосполучення складним терміном, де відповідником *N1* виступає прикметник [2, с. 383], наприклад, *translation services*

– перекладацькі послуги, *communication impact* – комунікативний вплив.

Зафіксовано також одночасне застосування перестановки та додавання слів. В одному випадку зміст словосполучення передавався складним терміном, де *N1* трансформується в підрядне означальне речення (*conference interpreting* – усний переклад на конференціях), а в іншому – складним терміном, де *N1* трансформується у словосполучення, що містить безпосередній відповідник іменника *N1* (*literature translation* – переклад художньої літератури).

Словосполучення моделі *N1 + prep + N2* становлять другу найбільшу групу (19 одиниць) у складі іменникових словосполучень. Найчастотнішим (74 %) способом перекладу виявилася калькування за моделлю "іменник + іменник", де другий іменник вживається у родовому відмінку. Це легко пояснити, оскільки прийменик в англомовному словосполученні представлено формами *of* або *for*, які в англійській мові часто маркують саме родовий відмінок, наприклад, *conservation of information* – збереження інформації. У 16 % випадків зміст оригінальної лексичної одиниці передається сполученням слів, де перший компонент калькується, а другий трансформується в іменникове словосполучення, що містить український відповідник. При цьому застосовується додавання слова, наприклад, *comprehension of the message* – розуміння смислу повідомлення, *listeners of speeches* – адресати усних виступів. Причиною такого додавання є необхідність підвищити ступінь експліцитності ТП.

У межах цієї моделі зафіксовано також випадки перестановки слів із зміною частини мови (*rules of thumb* – емпіричні правила), що пояснюється вимогами норм української мови, а також контекстуальної заміни (*slip of the tongue* – обмовка), де зміст оригінального словосполучення передається однією лексемою, що містить український відповідник.

На відміну від моделі *N1 + prep + N2*, де домінувало калькування, при передаванні англомовних словосполучень, побудованих за моделлю *N1's + N2*, спостерігається суттєве домінування перестановки слів (72 %). Це також доволі легко пояснити тим, що український відповідник англійського іменника у присвійному відмінку зазвичай має форму родового відмінка і, відповідно до норм української мови, має стояти у постпозиції, наприклад, *receiver's attention* – увага адресата.

Іноколи зміст словосполучення передавався за допомогою калькування та зміни частини мови першого елемента (заміна іменника на прикметник: *translation's skopos* – перекладацький скопос) або застосовувалося два способи перекладу (перестановка та додавання слів) одночасно (*speaker's ignorance* – неусвідомлення з боку мовця). Таке застосування пояснюється контекстними вимогами ТП.

Словосполучення, побудовані за моделлю *N1-N2+N3* передавалися лише двома способами. У першому випадку (50 %) застосовувалася перестановка слів (*source-language text* – текст мовою оригіналу), а у другому (50 %) – додатково використовувалося ще й додавання слів: *sender-loyalty option* – вибір на основі принципу лояльності до відправника.

Серед словосполучень, що ґрунтуються на моделі *N1+prep+Adj+N2*, 67 % калькуються (*control of the linguistic choice* – контроль лінгвістичного вибору), а 33 % перекладається за допомогою додавання слова (*fidelity to secondary information* – вірність передавання другорядної інформації). Перевагу калькування неважко пояснити, оскільки дана модель є гібридом моделей *N1+prep+N2*

та *Adj+N*, в обох із яких спостерігалася відчутна перевага калькування (74 % і 82 % відповідно).

Ще три моделі представлено лише одним словосполученням кожне. Для передачі англомовного словосполучення, що ґрунтується на моделі *N1+N2+prep+N3*, використано перестановку слів ("іменник + прикметник + іменник"): *priority list of information* – список пріоритетної інформації. Можна припустити, що збільшення кількості елементів у словосполученні підвищує вірогідність перестановки слів. З іншого боку, при перекладі словосполучення, яке базується на моделі *N1+prep+N2+prep+N3*, застосовується калькування: *reception of the message by the receiver* – сприймання повідомлення адресатом. Нарешті словосполучення, побудоване за моделлю *N1-Part.II+N2*, передається складним терміном, де перший компонент трансформовано в іменникове словосполучення, що містить український відповідник, а другий – підрядним означальним реченням. Тобто в даному випадку спостерігається комбіноване використання перестановки й додавання слів: *time-related information* – інформація, пов'язана із часом.

Дієслівні англомовні словосполучення, побудовані за моделлю *V + N*, майже завжди калькуються, наприклад, *carry message* – нести смисл повідомлення, *distort the message* – викривляти повідомлення.

Переважна більшість (60 %) словосполучень, що ґрунтуються на моделі *V + Adv*, також калькуються, наприклад, *sound unnaturally* – звучати неприродно, *apply universally* – застосовувати універсально. Менша частка потребує перестановки слів: *choose deliberately* – свідомо обирати, *select deliberately* – усвідомлено обирати. З іншого боку, у будь-якому із наведених україномовних словосполучень можна поміняти порядок слів і це не спричинить їхню граматичну неприйнятність, тобто тут порядок слів більше залежить від тема-рематичного членування ТП, ніж від структури англомовного терміна в ТО.

67 % словосполучень, побудованих за моделлю *V + Adj + N*, передано за допомогою калькування (напр., *reflect individual personality* – відображати індивідуальні особливості), а в інших випадках застосовувалися перестановка та додавання слів (*delete the original information* – видаляти інформацію, що міститься в тексті оригіналу), тобто вони передавалися складним словосполученням, де перший компонент англомовного словосполучення трансформовано в іменникове словосполучення, що містить український відповідник, а другий – підрядним означальним реченням.

Решта дієслівних моделей представлено лише по одному словосполученню кожна. Словосполучення моделі *V + prep + N* передавалося за допомогою калькування (*neutralize in the translation* – нейтралізувати у перекладі), а для передачі англомовних словосполучень, що ґрунтуються на моделях *V + prep + Adj + N1* та *V + N1 + N2*, застосовувалося додавання й перестановка слів (*induce by linguistic rules* – виводити (значення) за допомогою лінгвістичних правил, *understand the target language* – розуміти мову перекладу. Передача словосполучення, побудованого за моделлю *V + N1's + N2*, також потребувала перестановки слів: *optimize text's impact* – оптимізувати вплив тексту. Останнє неважко було передбачити, урахувавши результати аналізу перекладу словосполучень, що ґрунтуються на моделі *N1's + N2*, які у переважній більшості випадків потребували саме такого способу перекладу.

Усі дієприкметникові словосполучення моделі *Part.I + N* у нашій вибірці перекладалися за допомогою калькування (напр., *framing component* – фреймовий ком-

понент), а словосполучення моделі *Part.II + N* – шляхом калькування (*accepted concept* – загальноприйнята концепція) або перестановки й додавання слів (*translated version* – версія тексту перекладу). Словосполучення моделі *Part.II + prep + N1* калькувалося: *selected by sender* – обраний відправником.

Прислівникові словосполучення є найменш чисельною групою у нашій вибірці і включають лише чотири одиниці, кожна з яких ґрунтується на окремій моделі. Англомовні словосполучення, побудовані за моделями *Adv + V*, *Adv + prep + N* та *Adv + Adj + N1*, передавалися українською мовою за допомогою калькування, наприклад, *unwittingly induce* – прямолінійно виводити (смисл). Словосполучення ж моделі *Adv + Part.II + N* передано складним словосполученням, де перший компонент англомовного словосполучення трансформовано в іменникове словосполучення, що містить український відповідник, а другий – виражено підрядним означальним реченням, тобто застосовано перестановку і додавання слів: *culturally induced information* – інформація, що виводиться із культурного контексту.

Таким чином, на основі аналізу особливостей перекладу англомовних словосполучень у галузі перекладознавства, можна дійти висновку, що вибір способу їхнього передавання українською мовою певним чином залежить від їхньої структури.

Більша частина прикметникових словосполучень перекладається із застосуванням калькування. Зокрема, його частка при передаванні найпоширенішої моделі (*Adj + N*) становить 82 %, що можна пояснити її збігом з відповідною моделлю в українській мові.

Способи перекладу іменникових словосполучень залежать від моделі, на якій вони ґрунтуються. Найпоширеніша із них (*N1 + N2*) у 67 % випадків передається із одночасним застосуванням перестановки слів і зміни частини мови. Згадані способи перекладу є головними і для передачі деяких інших моделей, зокрема, *N1's + N2* (72 %), *N1 + N2 + N3* (100 %). З іншого боку, переклад словосполучень, що будуються на моделях *N1 + prep + N2* та *N1 + prep + Adj + N2*, ґрунтується переважно на калькуванні (74 % та 67 % відповідно).

Більшість найпоширеніших дієслівних словосполучень (побудованих за моделями *V + N*, *V + Adj + N* та *V + Adv*) переважно калькуються, причому частка калькування у згаданих моделях становить від 60 до 100 %. Стосовно останньої моделі (*V + Adv*), доцільно зауважити, що порядок слів в україномовних словосполученнях, побудованих за цією моделлю, може більше залежати від тема-рематичного членування ТП, ніж від структури терміна в ТО. Це припущення потребує додаткового дослідження. Такої самої перевірки потребує й гіпотеза, що збільшення кількості складових у моделі посилює необхідність застосування перестановки та додавання слів.

Переважна більшість дієприкметникових словосполучень усіх моделей (особливо, *Part.I + N* та *Part.II + prep + N1*) перекладалися за допомогою калькування, однак їх невелика кількість (так само, як і прислівникових словосполучень) не дозволяє зробити на дійні висновки.

Викладені вище припущення не претендують на остаточність і потребують подальшого вивчення, у чому і вбачаємо перспективи подальшого дослідження.

Список використаних джерел:

1. Великий тлумачний словник сучасної української мови / уклад. і гол. ред. В. Т. Бусел. – Київ ; Ірпінь : ВТФ "Перун", 2003. – 1440 с.
2. Карабан В. І. Переклад англійської наукової і технічної літератури / В. І. Карабан. – Вінниця : Нова Книга, 2004. – 576 с.

3. Міщенко А. Л. Комп'ютеризовані інструменти перекладача фахової літератури / А. Л. Міщенко // Наук. записки Кіровоград. держ. пед. ун-ту ім. В. Винниченка. – Вип. 89 (1). – Серія: Філол. науки (мовознавство). – Кіровоград : РВВ КДПУ ім. В. Винниченка, 2010. – С. 190–198.

4. Черноватий Л. М. Зміст стратегій калькування і трансформації у перекладознавчому аналізі / Л. М. Черноватий // Актуальні проблеми філології і професійної підготовки фахівців у полікультурному просторі. – Одеса : Південноукр. нац. пед. ун-т ім. К. Д. Ушинського, 2016. – С. 30–33.

5. Черноватий Л. М. Методика викладання перекладу як спеціальності : підруч. для студ. вищ. заклад. освіти / Леонід Черноватий. – Вінниця : Нова Книга, 2013. – 376 с.

6. Комиссаров В. Н. Современное переводоведение : учеб. пособ. / В. Н. Комиссаров. – М.: ЭТС, 2004. – 424 с.

7. Gile D. Basic Concepts and Models for Interpreter and translator Training / Daniel Gile. – Amsterdam ; Philadelphia : John Benjamins publishing Company, 2009. – 287 p.

Надійшла до редколегії 30.10.17

L. Chernovaty, Doctor of Sciences, Professor, M. Maliavina, postgraduate student
V. N. Karazin Kharkiv National University, Kharkiv, Ukraine

ENGLISH TERMINOLOGY STRUCTURE AND THE TECHNIQUES OF ITS RENDERING INTO UKRAINIAN

The article describes a research into the terminological and extralinguistic components of translator's competence in the domain of Translation Studies. The authors outline the scope of subject knowledge and terminology required for rendering into Ukrainian English-language texts related to D. Gile's 'information structure' and 'translation fidelity' concepts. The article presents the analysis concerning the correlation of translation techniques to render into Ukrainian the English-language terminological word-combinations based on various syntactic structures. The authors offer their conclusions on the nature of the translation techniques choice dependence on the source-text terminological word-combination structure. The article outlines the prospects of further research.

Keywords: correlation of translation techniques, extralinguistic component, information structure, terminological component, terminology structure, terminological word-combination, translation fidelity, Translation Studies, translation technique, Translator's Competence.

Л. Черноватий, д-р пед. наук, проф., М. Малявіна, асп.
Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина, Харьков, Украина

СТРУКТУРА АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ТЕРМИНОВ И СПОСОБЫ ИХ ПЕРЕВОДА НА УКРАИНСКИЙ ЯЗЫК

Описано исследование, экстралингвистического и терминологического компонентов профессиональной компетентности переводчика в сфере переводоведения. Определен объем предметных знаний и терминологии, необходимых для перевода текстов, относящихся к моделям информационной структуры и верности перевода в интерпретации Д. Жилия. Представлено содержание анализа соотношения способов перевода при воспроизведении на украинском языке англоязычных терминологических словосочетаний разной структуры. Сформулированы выводы относительно характера зависимости выбора таких способов от структуры терминологических словосочетаний в тексте оригинала. Очерчены перспективы дальнейшего исследования.

Ключевые слова: верность перевода, информационная структура, переводоведение, профессиональная компетентность переводчика, соотношение способов перевода, способ перевода, структура терминов, терминологический компонент, термин-словосочетание, экстралингвистический компонент.

Наукове видання



ВІСНИК

КИЇВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

ІНОЗЕМНА ФІЛОЛОГІЯ

Випуск 1(50)

Оригінал-макет виготовлено Видавничо-поліграфічним центром "Київський університет"

Автори опублікованих матеріалів несуть повну відповідальність за підбір, точність наведених фактів, цитат, економіко-статистичних даних, власних імен та інших відомостей. Редколегія залишає за собою право скорочувати та редагувати подані матеріали.



Формат 60x84^{1/8}. Ум. друк. арк. 7,6. Наклад 300. Зам. № 218-8625.
Гарнітура Arial. Папір офсетний. Друк офсетний. Вид. № Іф2*.
Підписано до друку 23.05.18

Видавець і виготовлювач
Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"
01601, Київ, б-р Т. Шевченка, 14, кімн. 43
☎ (38044) 239 3222; (38044) 239 3172; тел./факс (38044) 239 3128
e-mail: vpc_div.chief@univ.net.ua; redaktor@univ.net.ua
http: vpc.univ.kiev.ua

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 1103 від 31.10.02