МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

МОВНІ І КОНЦЕПТУАЛЬНІ КАРТИНИ СВІТУ

Збірник наукових праць

Випуск 1(52)

КИЇВСЬКИЙ ВІТЛ УНІВЕРСИТЕТ 2015

У збірнику вміщено наукові розвідки професорів, доцентів, викладачів, аспірантів та студентів,присвячені аналізу світоглядних горизонтів сучасного мовознавства.

ВІДПОВІДАЛЬНИЙ РЕДАКТОР	**А. Д. Бєлова, д-р філол. наук, проф.**
РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ	**Ш. Т. Апрідонідзе (Інститут грузинської мови АН Грузії), д-р філол. наук, проф.; Р. Бальсис (Клайпедський університет), д-р філол. наук, проф.; А. І. Бєльський (Білоруський державний університет), д-р філол. наук, проф.; І. В. Кононенко (Варшавський університет), д-р філол. наук; В. Д. Старичонок (Білоруський державний педагогічний університет ім. Максима Танка), д-р філол. наук, проф.; В. Б. Бурбело, д-р філол. наук, проф.; І. О. Голубовська, д-р філол. наук, проф.; Н. Ю. Жлуктенко, канд. філол. наук, проф.; В. І. Карабан, д-р філол. наук, проф.; Н. Ф. Клименко, д-р філол. наук, проф.; Н. М. Корбозерова, д-р філол. наук, проф.; Г. Г. Крючков, д-р філол. наук, проф.; О. С. Снитко, д-р філол. наук, проф.; Л. І. Шевченко, д-р філол. наук, проф.; Л. В. Коломієць, д-р філол. наук, проф.; О. І. Чередниченко, д-р філол. наук, проф.**
Адреса редколегії	**01033, Київ-033, б-р Т. Шевченка, 14 Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Інститут філології; ☎ (38044) 239-34-71**
Затверджено	**Вченою радою Інституту філології 4.12.15 (протокол № 5)**
Атестовано	**Вищою атестаційною комісією України. Постанова Президії ВАК України протокол №1-05/5 від 01.07.10**
Зареєстровано	**Міністерством юстиції України. Свідоцтво про державну реєстрацію КВ №16155-4627Р від 11.12.09**
Відповідальний за випуск	**О. С. Снитко, д-р філол. наук, проф.**
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, б-р Т. Шевченка, 14, кімн. 43; ☎ (38044) 239 31 72, 239 32 22; факс 239 31 28**

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. Рукописи та диски не повертаються.

© Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет", 2015

УДК [811.163.41:811.161.2]:373:398

Д. В. Айдачич, д-р філол. наук, проф.,
Л. В. Непоп-Айдачич, канд. філол. наук, доц.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

СЕРБСЬКІ ТА УКРАЇНСЬКІ ФРАЗЕОЛОГІЗМИ ІЗ ФІТОНІМІЧНИМ КОМПОНЕНТОМ У ПОРІВНЯЛЬНОМУ АСПЕКТІ

У статті порівнюються сербські та українські фразеологізми із фітонімічним компонентом. Проаналізовано праці попередників, присвячені такого типу фразеологізмам. За параметром еквівалентності розрізняються відповідні, близькозначні та безвідповідні форми в українській та сербській мовах.

Ключові слова: *порівняльна фразеологія, фразеологізми, рослини, фітоніми, сербська мова, українська мова.*

Рослинний світ близький землеробам і пастухам, а тому зрозуміло, що в сербській та українській мовах назви рослин та їх ознак часто вживаються у фразеологізмах. Загальні назви різновидів рослин у народній культурі відображають категоризацію рослин у ненауковій, наївній термінології, яка нерівномірно та неоднозначно представляє рослинний світ, зосереджуючись передусім на тих рослинах, які є корисними або небезпечними. У фразеосистемах сербської та української мов виступають тільки деякі **загальні народні назви** різновидів рослин ('дерево', 'кущ', 'трава') та грибів ('гриб'). У фразеологізмах немає узагальнюючих назв рослин за типом плодів (як 'овочі', 'фрукти') та тим більше назв зі сфери латиномовної наукової ботанічної номенклатури, яка спирається на ієрархічну систему шведського природознавця Карла Ліннея. Другий тип фразеологізмів із рослинним компонентом становлять такі, в яких використовуються **назви частин рослин** ('корінь', 'гілка', 'листок', 'квітка'). У цих фразеологізмах мовець найчастіше асоціативно пов'язує життєві обставини з будовою дерева або якоюсь частиною рослини. Третій тип складається з фразеологічних одиниць **із назвами конкретних різновидів рослин** у формі іменників ('верба', 'мак', 'морк-

ва', 'груша') чи похідних від цих назв прикметників ('дубовий', 'березовий'). У сербських та українських фразеологізмах представлено небагато різновидів рослин, що підтверджує принцип вибірковості реалій у фразеологічний картині світу. Деякі з назв рослин притаманні тільки українській або сербській фразеології, що вимагає особливої уваги при їх порівнянні.

Про рослини у фразеологізмах української мови писали Олена Левченко, Володимир Коваль, Лариса Скрипник, Дмитро Ужченко, Віталій Жайворонок та ін., про рослини у хорватських та сербських фразеологізмах – Аніта Хрняк, Драгана Мршевич. У монографіях В. Чайкановича, П. Софрича, присвячених рослинам у сербській народній культурі, принагідно наводяться відповідні фразеологізми. Порівняльних досліджень саме сербських та українських фітофразеологізмів досі здійснено не було.

Дерево. Сербські фразеологізми із загальною назвою 'дерево', які спираються на семантичну складову 'негнучкий, неластичний': *пијан као дрво* ('зовсім п'яний'), *човек од дрвета* ('бездушна людина'), *седи дрво на дрво* (образливе звертання до учня, яке має змусити його припинити говорити дурниці), – не мають еквівалентних форм в українській мові. У сербській мові немає відповідних форм українського фразеологізму *плювати з високого дерева* ('не варто зважати на щось'), де переносне значення формується на підставі образного уявлення про опозицію "верх – низ". Подібність форми та значення демонструють сербський *не видети шуму од дрвећа* та український зворот *не бачити за деревами лісу* у значенні 'не бачити цілого, зосередившись на деталях'.

Серби вживають фразеологізм *бацати дрвље и камење*, у складі якого є 'дерева' та 'каміння' зі значенням 'дуже гніватися на когонебудь, лаяти когось'. Відповідний український вираз *вергати* [*кидати*] *громи* [*каміння*] *<на кого>* зі значенням 'бурхливо виявляти своє незадоволення' не має компонента 'дерево'.

Людину можуть схвально порівнювати з деревом. Високий зріст хлопців серби хвалять сталим порівнянням із сосною (лексема *бор* 'сосна' у сербській мові чоловічого роду): *висок као бор*, а стрункіх високих дівчат порівнюють із ялинами: *висока као*

јела. В українській мові стрункових дівчат порівнюють із тополею: *стрункa як тополя.* Крім того, сталі порівняння із назвою дерева можуть вказувати на місце людини серед інших, напр., порівняння *одинока як тополя* підкреслює самотність жінки.

Українське порівняння *тремтіти як осичина* [*осика на вітрі*] у значенні 'дуже сильно тремтіти' пов'язане з поширеним у слов'янському світі віруванням про прокляття осикового дерева, приреченого безперевно тремтіти, що відображають також народні обробки новозаповітних апокрифів (Ајдачић: 18; Мельник). Фразеологізм українців *ламати* [*ломити, сікти*] *калину* означає 'позбавляти дівочості' або 'одружуватися з дівчиною'. За Миколою Костомаровим, калина символізує жіночність, а О. Потебня у своїй праці про деякі символи у слов'янській народній поезії (1860) вирази *калина в'яне, калина чорніє* розглядав як символи втрати дівочості (Ужченко: 85; Савченко: 466–467). У сербів немає фразеологізмів із назвою калини.

Окрему підгрупу фразеологізмів із назвами рослин складають звороти зі значенням 'ніколи', тобто 'щось буде, коли відбудеться те, чого не може бути'. Такі вирази базуються на парадоксі, напр. появі плодів родючого дерева на неродючій рослині: серб. *кад на врби роди грожђе* (букв. 'коли на вербі виросте виноград') (Мршевић: 62–69) – укр. *як виросте трава на помості, як виросте гарбуз на вербі, як на вербі груші вирастуть* ('ніколи'). У наведених фразеологізмах те саме значення передається використанням назв різних рослин. Верба вважається демонічним деревом, тому за допомогою зворотів з її назвою виражається негативне ставлення, наприклад: укр. *причепитися як (мов) чорт до сухої верби* 'міцно причепитися'.

Береза виступає складовою українського фразеологізму, який не має сербського відповідника: *дати березової каші <кому>* 'побити кого-небудь'. Завдяки реконструкції було виявлено, що значення виразу сформувалося під впливом факту використання в давніх школах для покарання учнів березових різок (Медведев 1977, за Савченко: 36). Крім дієслова *дати*, в цьому фразеологізмі можуть також іронічно вживатися синоніми: *всипати, почастувати, пригостити.*

Велика твердість як втілення міцності мотивує українські порівняння *кремезний як дуб, міцний як дуб*, які вживаються на позначення фізичної сили чоловіка. Дуже здорову людину серби порівнюють із дуже твердим дереном *здрав као дрен*. На ознаку твердості деревини спирається також кілька зворотів із образним осмисленням людської дурості. Ця риса в українській мові втілюється назвою дерева *дуб* та похідним від неї прикметником у фразеологізмі *дубова голова* ('дурень'). Зворот *плести* [*правити*] *смаленого* [*сухого*] *дуба* українці вживають зі значенням 'говорити нісенітниці, обдурюючи когось' або 'робити щось неможливе'. У фразеологізмах серб. *тврд орах* – укр. *твердий горішок* мається на увазі твердість оболонки горіхового плоду при формуванні значень 'проблема, яку складно вирішити' або 'дуже непоступлива людина'.

Корінь як частина рослини, яка її живить, вносить до мовного образу кореня риси життєвої основи чи ядра розвитку істоти або явища. У фразеологічних системах аналізованих мов є вирази з опорним словом 'корінь', які виражають намір знищення або стурбованість загрозою знищення когось або чогось: серб. *сасећи* [*пресећи*] *у корену, истргнути у корену* – укр. *рубати під корінь, вирвати з коренем* [*корінням*], *до кореня, вирвати з коріння.* Тільки в сербській мові є фразеологізми (*човек) без корена* та стале порівняння *као тиква без корена*, яким виражається думка про те, що особа не має видатних та поважних предків. Для української фразеології характерні такі позбавлені відповідників у сербській мові звороти: *бісові його корінь* (виражає обурення чи захоплення), *дивитись в корінь, докопуватися до кореня* [*коріння*] (позначає глибоке вникнення в сутність чогось). Серби вживають вирази *ухватити корен, пустити корење*, яким відповідає український *пустити коріння*.

Гілка у фразеологічній картині світу двох народів образно сприймається як частина дерева, за допомогою якої визначаються просторові відношення на вертикальній осі. Сербський фразеологізм *сећи грану на којој <неко> седи* має український відповідник *рубати гілку під собою.*

За допомогою сталого порівняння з птахом на гілці (*бити слободан као птица на грани, осећати се као као птица на гра-*

ни) серби означають вільну особу або людину без обов'язків. В українському відповіднику *бути вільним як птах* компонент *гілка* відсутній, адже цей фразеологізм спирається на образ птаха, який вільно ширяє в небесах, а не сидить на гілці.

Фразеологізмом *доћи* [*стићи*] *на зелену грану* серби виражають досягненнях чогось після подолання перешкод. І навпаки, зворот *пасти на ниске гране* означає погіршення чийогось становища, позиції когось. В українській мові йому відповідає *дійти до ручки*. Хоча серби на позначення ступеня спорідненості вживають, крім 'коліна' (*колено*), також 'гілку' (*грана*), у фразеологізмі *шимширова грана са девете горе* ('далекі родичі') віддаленість родича більшою мірою підкреслюється за допомогою зворота 'з дев'ятої гори'. В українській мові така "спорідненість" позначається за допомогою фразеологізма *сьома вода на киселі*.

Листок. Вище згадувалося українське стале порівняння *тремтіти як осика* фольклорно-апокрифічного походження та синонімічний сербський зворот *дрхтати као лист* 'сильно тремтіти'. Сербським виразом *наше горе лист* визначається 'земляк або родич', чому відповідає укр. *нашого поля ягода*, в якому замість 'листка з нашого лісу' виступає 'ягода з нашого поля'.

В українців немає фразеологізмів із назвою **бур'яну**, хоча, зрозуміло, сама реалія їм відома. Серби говорять: *има <нечега> као корова*, – бажаючи сказати, що 'чогось дуже багато'. *Расте као коров* [*трава*] означає в сербській мові 'дуже швидкий ріст'.

Кущі. Середземноморський кущ лавр, яким давні греки вшановували переможців, знайшов своє місце в українських та сербських фразеологізмах *побрати ловорике – зібрати лаври* ('отримати визнання') та несхвальному *спавати на ловорикама – спочивати на лаврах* ('задовольнятися досягнутими результатами').

Серби зворотом *у том грму лежи зец* вказують на 'приховану причину чогось' (укр. відповідник *ось, де собака заритий*). Твердість дерена образно відображається у сербському фразеологізмі *здрав као дрен* [*дреновина*], що підкреслює чиєсь міцне здоров'я. Кущ барбарису в українському фразеологізмі *розводити* [*розсипати*] *кислиці* у значенні 'скаржитись' не має подібної формули в сербській мові.

Колючі рослини символізують небезпеку, перешкоди, життєві труднощі. Сербське *кроз трње до звезда* та українське *через терни до зірок* є перекладом латинського "Per aspera ad astra". В обох мовах є фразеологізми з 'тернами' без 'зірок': серб. *пут посут трњем* – укр. *дорога вкрита тернами, шлях заріс терном, дорога* [*стежка*] *терном* [*ожиною, кропивою*] *поросла* ('великі труднощі, випробування, страждання в житті'). Сербське *копљем у трње* є скороченою формою прислів'я *после боја копљем у трње*, що з'явилося ще в байках Досітея Обрадовича, а потім у збірці прислів'їв Вука Караджича. Хоча спис давно не використовується як зброя, фразеологізм *бацити копље у трње* ('здатися', 'неможливо досягти чогось бажаного') у сербів вживається і сьогодні. Цей сербський вираз не має еквівалентної форми в українській мові, як і подібний йому *бацити перо у трње* зі значенням 'перестати писати'. Збуджений стан серби описують зворотом *седети као на трњу*, що відповідає українському *сидіти* [*бути*] *як на голках.* Стале порівняння *као бос у трње* із дієсловами на позначення 'бігти' чи '(п)іти' у значенні 'взятися за щось небезпечне' в українській мові має іншу образність: *кинутися в омут головою*.

Український зворот *мов кропивою попечений* означає збудження або злість на когось. Вирази серб. *прилепити се као чичак* – укр. *пристати* [*прилипнути*] *як шевська смола* [*реп'ях*] означають 'дуже сильно пристати до когось'. Сербський фразеологізм *неће гром у коприве* означає, що 'посереднім особам не загрожує велика небезпека'.

Зернові культури. Оксана Коваль-Костинська відзначає, що назви збіжжя майже відсутні в порівняльних зворотах, але виступають у святкових привітаннях та побажаннях (Коваль-Костинська: 17). У мовах християнських народів поширені крилаті слова з Євангелія від Матвія *Почупати жито са кукољем* (Матв., 13: 29), з якого виведено фразеологізми серб. *одвојити жито од кукоља* – укр. *відділяти кукіль від пшениці*, що означає 'відділяти щось непотрібне від потрібного'.

Сербський зворот *испод жита* зі значенням 'робити в таємниці, робити щось поза правилами або законами' не має українського відповідника. Гречка менше споживається на Балканах,

що може бути причиною відсутності фразеологізмів, відповідних українським: *скакати* [*вскочити*] *в гречку* ('бути невірним у подружжі, мати позашлюбні стосунки'); *нехай* [*хай*] *буде гречка* ('висловити згоду, хай буде так, як хто-небудь хоче'); *переганяти на гречку, через гречку переганяти* ('сердито виражається невдоволення, коли когось примушують робити щось, як треба'); *сім мішків гречаної вовни та чотири копи гречки* (жартівливо, 'нісенітниці'); *як з гречки лико* ('ніякий' про особу).

Трава виступає в сербському виразі *не липши магарче до зелене траве,* чим виражається сумнів, що обіцянка про нагороду здійсниться або що вона матиме таку цінність, як тоді, коли була дана. Фразеологізмом *није <неко са неким> траву пасао* серби роздратовано повідомляють, що хтось не наївний і недосвідчений, як про нього зневажливо думають. В українській мові такого звороту немає, але є безеквівалентні для сербів вирази *кістки травою поростуть* ('багато часу мине після чиєїсь смерті'), *хоч вовк траву їж* ('абсолютно байдуже'). Українці вживають стале порівняння *несмачний як трава* 'дуже несмачний'.

Українським фразеологізмом *як блекоти об'ївся* [*наївся*] зневажливо супроводжують безглузду поведінку, чому відповідає сербське *најести се буника* ('наїстися блекоти чорної').

Гриби. "Шалені гриби" у сербському звороті *најести се лудих гљива* (букв. 'наїстися божевільних грибів') натякають на ненормальну поведінку людини, яку українці описують виразом із назвою блекоти (див. вище). Український фразеологізм *дешевший від грибів* не має відповідника в сербській мові, хоча серби близьким порівнянням *има <нечега> као гљива после кише* вказують на 'наявність чогось у великій кількості за низькою ціною'. Виразами серб. *расти* [*ницати*] *као гљиве после кише* – укр. *рости як гриби після дощу* підкреслюється 'дуже швидкий ріст когось, чогось'.

Ягоди. Назви ягід виступають в якості складових українських фразеологізмів: [*з*] *одного поля ягоди* [*ягода*] 'однакові своїми поглядами, поведінкою, соціальним становищем' та *<чийого: нашого, вашого> поля ягода* 'походження з однієї країни, належність до одного роду'.

Квіти. У ботанічній літературі квітка розглядається як частина трав'янистих рослин, кущів або дерев, розділених на родини та роди. Квіти, які не виділяються як окрема категорія рослин у ботаніці, в наївній картині світу мають багато культурно нашарованих значень. Лідія Непоп-Айдачич, виокремивши стереотипні риси квітки, представлені в польських словниках, пропонує таку дефініцію квітки: "найкраща і найпрекрасніша, запашна частина рослини (…) кольору різноманітної форми, в якій містяться статеві органи, яка з'являється перед плодом, квітне у визначену пору протягом нетривалого проміжку часу, з якої бджоли збирають мед, яка може використовуватися в якості прикраси" (Непоп-Айдачич: 67). Квіти символізують красу, прикрасу чогось, молодість, минущість, дарування, але окремі різновиди з їхніми кольорами, запахами та рисами квітів додають нові значення. Мовний образ квітки як втілення краси та повноти життя відображається у фразеологізмах серб. *у цвету младости* ('у розквіті молодості'), *пут посут цвећем* ('легкий життєвий шлях', іноді 'матеріально запезпечене зручне життя') – укр. *життя* [*шлях*], *вкрите трояндами*. Коли 'комусь добре живеться', серби говорять: *цветају му руже,* – і навпаки: *не цветају му руже,* – коли 'когось переслідують невдачі'. Міжнародно поширена назва графічного зображення напрямків вітрів в одній місцевості існує і в сербській, і в українській мові: *ружа ветрова – роза вітрів*. Сербам невідомі українські звороти: *пришивати квітку* ('в'їдливо ображати, насміхатися над кимось'), що Савченко пов'язує зі звичаєм пришивати квітку на весіллі (Савченко: 456). Українці не мають відповідників сербських фразеологізмів зі словом 'квітка', яким серби позначають особу без позитивних якостей: *бити права цвећка* ('особа, яка є гіршою, ніж себе видає'), *не бити нека цвећка* ('не бути зразковим, хорошим'). Сербський застарілий вираз *сејати босиљак* колись означав 'лаятись, використовуючи вульгаризми' (Софрић).

Мак. В обох мовах існує стале порівняння серб. *црвен као мак* та укр. *червоний як мак*, яке спирається на яскравий колір квітки. У сербській мові вживаються фразеологізми *бити мањи од макова зрна* ('занадто применшувати власну важливість',

'хтось покірний, непомітний'), *терати мак на конац* ('вперто наполягати на своїй позиції, бути непоступливим'). Вони пов'язані з уявленням про дрібненькі зернятка маку.

Низка українських фразеологізмів із назвою маку не має відповідників у сербській мові. Деякі з них пов'язані з образами цих квітів у полі: *вискочити як голий з маку, вискочити як козак* [*Кузьма*] *з маку* ('сказати щось недоречне'). Дуже дрібне насіння маку мотивує значення таких виразів: *на макове зерно* 'дуже мало' або 'хоч трохи'. Цей же образ ліг в основу появи нових непрямих значень зворотів: *хоч маком сій* ('надзвичайна тиша, дуже тихо'), *як мак начетверо* ('дуже бідний'). У фразеологізмі *як за гріш маку* основу творення його значення ('дуже багато') становить розуміння того, що всього за гріш отримується велика кількість дрібненьких мачинок. Насіння маку як складова солодких страв активізує метафору солодкого смаку: солодкий – це хороший. Відповідно, у виразі *не з маком* відсутність маку виражає значення 'тяжко, погано, сутужно'. Хоча різдвяну кутю українці роблять з медом та маком, фразеологізм [*аж*] *з медом та маком* має негативне значення перебільшення 'сказати нещиро'. Здатність зерняток маку присипляти відображено у фразеологізмі *як після маку* ('спати, міцно заснути'). Крім наведених, українці використовують звороти *ще мак росте в голові* ('молодий, недосвідчений, нерозумний'), *сісти маком* ('потрапити в скрутне, безвихідне становище'). Окрему групу творять вирази, що вербально відображають образливий жест рукою, напр.: *дуля з маком* ('абсолютно нічого', 'вираження незгоди, категоричне ні'). Названий фразеологізм має схоже значення зі *взяти (мати) дулю, дулю з'їсти*, що відповідає сербському *(добити) шипак*, який може супроводжуватися таким же образливим жестом (стиснений кулак із великим пальцем, просунутим між вказівним і середнім). Сам жест доволі поширений і раніше мав образливий, сороміцький характер. Цей жест, по-різному названий у різних мовах, у вербалізованому вигляді став частиною фразеологічної системи.

Овочі. Хоча українці та серби вирощують і їдять ті самі овочі, у фразеологізмах відбивається неоднакова прихильність до окремих видів плодів та відмінна частотність появи їхніх назв. У сербів є декілька виразів із 'цибулею', які в українській мові не мають відповідників з рослинними реаліями: серб. *тук на лук* ('відповісти однаковою мірою' – укр. *відплатити тією ж монетою*), *лук и вода* ('дуже легке для виконання' – укр. *раз плюнути*), *ни лук јео, ни лук мирисао* (вираз особи, що заперечує провину та стверджує непричетність до чогось поганого). Тільки українці говорять *нагодувати цибулькою* ('побити кого-небудь').

В українській фразеології не вживається назва квасолі, тоді як у сталому порівнянні сербів вона зустрічається *просто као пасуљ, просто као боб* ('дуже просто'). Українці не використовують зворотів, еквівалентних сербським: *не вреди ни пишљива боба* ('майже нічого не вартий'), *рећи бобу боб, а попу поп* ('різати правду в очі'). З іншого боку, назви моркви та буряка присутні в українських виразах, а в сербських їх немає. За допомогою 'моркви' в українській фразеології позначають негативні вчинки: *моркву терти* ('глузувати, кепкувати'), *скубти моркву* ('дорікати комусь'), *хатня морква* ('сварка між подружжям, у сім'ї'). Імовірно, саме тертя моркви становить підставу для творення переносного значення, пов'язаного із лайкою та сваркою.

Українським зворотом *наздогад буряків, щоб дали капусти* та коротше *наздогад буряків* позначають розмову з натяком на щось інше. Стале порівняння українців *як собака редьку (моркву)* має значення 'зовсім не любити'. Серби фзазеологізмом *роткве стругане* повідомляють зі зневагою 'нічого не буде', 'безсенсовні балачки'.

Деякі українські фразеологізми з назвою гороха мають жартівливе або негативне стилістичне забарвлення. Виразом *горох з капустою* українці жартівливо повідомляють, що в чомусь важко розібратися, тому що воно є незрозумілим, заплутаним. Стале порівняння *як об стіну горохом* несхвально означає 'безрезультатно, ніщо не діє, не впливає на когось'; *(краще) наїстися гороху* зневажливо значить 'не можна' і вживається для вираження

неможливості переконати кого-небудь у чомусь. Фразеологізм *ніби горох з мішка сипати* [*сипатися*] означає 'безперервно, щедро, у великій кількості'.

Гарбуз у сербів знайшов місце у частовживаних фразеологізмах. Голова асоціюється із гарбузом, тільки якщо людина нерозумна: *празна тиква* ('хтось дурний'). Сербський зворот *пуче тиква* не має в українській мові еквівалентів та вживається на позначення 'розпаду дружби чи співпраці'. Виразом *дувати у исту тикву* серби вказують на особу, яка розділяє думки, дії та цілі, найчастіше протилежні думкам особи, яка висловлюється (укр. *дмухати в одну дудку*). Українські конструкції *дістати гарбуза, да(ва)ти гарбуза* ('отримати відмову у відповідь на залицяння') не мають у сербській фразеології повного еквіваленту: серби говорять про відмову у справах кохання чи шлюбу – *добити корпу* (укр. *отримати від коша, дати від коша*).

Частовживаний безеквівалентний сербський фразеологізм з 'кропом' *бити мирођија у свакој чорби* відображає презирливе ставлення до особи, що постійно непрошено втручається в чужі справи.

Фрукти. В сербський та українській мові сталим порівнянням серб. *румен као јабука* – укр. *рум'яний як яблучко* говорять схвально, що 'хтось рум'яний і здоровий'. Згадка про яблуко, яке, за античною міфологією, викликало троянську війну, відображена в сербському виразі *јабука раздора* та українських *яблуко розбрату, яблуко чвар*, позначаючи 'причину ворожнечі'.

Згадування назв інших фруктів у фразеологізмах мотивується по-різному: сербському *бити* [*наћи се*] *у небраном грожђу* відповідає українське *сидіти як у сливах, сісти в калюжу* ('потрапити в дуже смішне становище', 'зазнати невдачі в чомусь'). Родинні зв'язки між поколіннями, які вказують на пращура, виявляються також у фразеологічних зворотах: серб. *вући лозу од некога* – укр. *рід тягнеться від кого*. Про людину, яка неприязно дивиться, українці можуть сказати: *подивитися* [*глянути*] *мов кислицю з'їв* 'дивитися скоса'.

Порівняння сербських та українських фразеологізмів вказує на їхні схожі риси, але і на існування безеквівалентних рослинних компонентів у кожній з мов, а також на задіяні їхні переносні значення чи закріплені уявлення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Ајдачић Д.* Прилози проучавању фолклора балканских Словена. – Београд, 2004.

2. *Вуковић Г.* Зооними и фитоними у фразеологији // Зборник Матице српске за филологију и лингвистику. – Нови Сад, 1994. – 37. – С. 167–175.

3. *Вребалов Г.* Фразеологизми са називима јестивог биља // Прилози проучавању језика. – 2012, бр. 43. – С. 91–115.

4. *Жайворонок В.* Знаки української етнокультури. Словник-довідник. – Київ, 2006.

5. *Коваль В.* Фразема "даць гарбуза" ў этнакультурным аспекце // Весці Акадэміі навук Беларусі. Серыя грамадскіх навук. – 1992, № 3–4. – С. 113–120.

6. *Коваль-Костинська О.* Зіставна характеристика лексичних та фразеологічних одиниць української та однієї зі слов'янських мов. – Київ, 2004.

7. *Левченко О.* Рослинна символіка у фразеологічних системах (лінгвокультурологічний аспект) [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://levchenko.eu/uk/2012-05-30-16-46-22/8-dorobek/32-2013-04-05-13-04-09.html>.

8. *Мельник Л.* Концепт осика в українській фразеології // Традиції Харківської філологічної школи. До 100-річчя від дня народження М. Ф. Наконечного. – Харків, 2000. – С. 317–320.

9. *Мршевић Д.* Фразеологија и национална култура. – Београд, 2008.

10. *Непоп-Айдачич Л.* Стереотип квітки в польській мові та культурі (на матеріалі словників польської мови). Частина 1 // Вісник Харківського університету. Серія: філологія. – Вип. 52, 2008, № 787. – С. 63–67.

11. *Савченко Л.* Феномен етнокодів духовної культури у фразеології української мови: етимологічний та етнолінгвістичний аспекти: монографія. – Сімферополь, 2013.

12. *Скрипник Л.* Фразеологія української мови. – Київ, 1973.

13. *Софрић Нишевљанин П.* Главније биље у народном веровању и певању код нас Срба. – Београд, 1912.

14. *Ужченко В. Ужченко Д.* Фразеологія сучасної української мови. Навчальний посібник. – Київ, 2007.

15. *Хрняк А.* (Hrnjak A.) Usporedba čovjeka s biljkom u hrvatskoj i ruskoj frazeologiji // Psiholingvistika i kognitivna znanost u hrvatskoj primijenjenoj lingvistici: zbornik Hrvatskoga društva za primijenjenu lingvistiku / urednici Diana Stolac, Nada Ivanetić i Boris Prichard. – Zagreb, Rijeka, 2003. – S. 303–312.

16. *Чајкановић В.* Речник српских народних веровања о биљкама. – Београд, 2009.

Стаття надійшла до редакції 27.04.15

Д. В. Айдачич, д-р филол. наук. проф.,
Л. В. **Непоп-Айдачич,** канд. филол. наук, доц.
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

Сербские и украинские фразеологизмы с фитонимичным компонентом в сравнительном аспекте

В статье сравниваются сербские и украинские фразеологизмы с фитонимичным компонентом. Проанализированы работы предшественников о такого рода фразеологизмах. По параметру эквивалентности выделяются соответствующие, близкозначные и безэквивалентные формы в украинском и сербском языках.

Ключевые слова: *сравнительная фразеология, фразеологизм, растения, фитонимы, сербский язык, украинский язык.*

D. Aydachych, Dr. Philol. Sci., Full Professor
L. Nepop-Aydachych, Candidate of Philol. Sci., Assosiate Professor
Institute of Philology Taras Shevchenko National University of Kyiv

Serbian and Ukrainian phraseological units with the plant name as a component in comparative perspective

The article compares Serbian and Ukrainian phraseological units with plant's name as a component. Works of precursors studying such sorts of phraseological units are analyzed. According to the equivalence parameter there are distinguished equivalent and non-equivalent forms in Ukrainian and Serbian languages.

Key words: *comparative phraseology, phraseological unit, plants, Serbian language, Ukrainian language.*

УДК 81 23:821.161.1

Т. А. Алексеева, студ.
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

СТРАТЕГИИ ПОРИЦАНИЯ И ПООЩРЕНИЯ В МЕЖЛИЧНОСТНОМ ОБЩЕНИИ "ВЗРОСЛЫЙ-РЕБЕНОК"

В статье рассматриваются стратегии порицания и поощрения, а также тактики их реализации в межличностной коммуникации (родитель – ребенок). На основе анализа речевого материала выявлены разновидности стратегии порицания и поощрения, каждая из которых обладает определенным набором тактик.

Ключевые слова: *межличностная коммуникация, коммуникативная стратегия, коммуникативные тактики, порицание, поощрение, языковое воздействие, конфронтация.*

Межличностная вербальная коммуникация "взрослый–ребенок" (в том числе родитель – ребенок) в украинской лингвистике – одна из малоизученных проблем. Между тем, анализ межличностной коммуникации свидетельствует о том, что возраст коммуникантов, их прагматические цели и причины акта коммуникации являются важными факторами, которые влияют на выбор той или иной стратегии коммуникации.

В современном обществе родитель стремится повлиять на выбор ребенка, сформировать у него определенные представления о жизни, воздействовать на него, используя свой собственный пример в качестве образцового, повлиять на его эмоциональное состояние. Именно поэтому представляется интересным рассмотреть стратегии и тактики речевого общения, используемые родителями в межличностной коммуникации, а также проанализировать лингвистические особенности выделенных стратегий.

Понятие "**речевая стратегия**" (коммуникативная стратегия) разрабатывали многие ученые (Н. В. Василенко, Н. И. Борисова, О. С. Иссерс, Е. В. Клюев, А. К. Михальская, Н. К. Онопенко, О. Н. Паршина и др.), однако несмотря на многообразие и разноплановость определений, исследователи единодушны в том, что коммуникативная стратегия представляет собой *способ прогнозирования* хода коммуникации, рассчитанный на достижение коммуникативно-прагматической цели говорящего. Анализ научных работ позволяет вслед за Н. В. Василенко [Василенко 2000, 3] обобщить существующие подходы и принять в качестве рабочего определения следующее: коммуникативная стратегия это совокупность заранее продуманных и спрогнозированных вербальных и невербальных действий, наиболее подходящих в отдельно взятой ситуации, направленных на осуществление коммуникативно-прагматической цели говорящего и реализуемых в ходе коммуникативного акта путем выбора определенных тактик воздействия на собеседника.

Коммуникативные стратегии речевого общения являются средством организации коммуникативного поведения его участников, определяют вектор движения и развития коммуникации. Под коммуникативным поведением принято понимать "поведение (вербальное и сопровождающее его невербальное) личности или группы лиц в процессе общения, регулируемое нормами и традициями общения данного социума" [Верещагин, 3].

Опираясь на указанное выше рабочее определение коммуникативной стратегии как совокупности речевых действий, направленных на решение общей коммуникативной задачи говорящего, представляется возможным дифференцировать конкретные речевые действия как составные части общей стратегии коммуникации. Конкретное речевое действие принято называть **речевой тактикой**. То есть, если коммуникативная стратегия является общим планом, в соответствии с которым осуществляется речевое общение, то речевую тактику следует понимать как объективацию стратегии общения в устной речи.

Среди многообразия общих стратегий речевого поведения, исследуемых в работах таких ученых, как В. Б. Кашкин, Н. И. Борисова, Е. М. Верещагин, Н. Н. Германова, В. З. Демьянков, В. И. Карасик, Е. В. Клюева, Е. В. Падучева, Г. Г. Почепцов, С. А. Сухих, Е. Ф. Тарасов, М. Ю. Федосюк, Х. Я. Ыйм и др., нами были выделены коммуникативные стратегии, используемые, прежде всего, при общении с ребенком – **стратегия поощрения и стратегия порицания.**

Стратегия поощрения апеллирует к положительным эмоциям собеседника с целью актуализировать позитивную самоидентификацию и стимулировать собеседника к реализации целей говорящего. В ходе исследования были выделены следующие тактики реализации стратегии поощрения.

1. Тактика комплимента. Выделяется на основе вычленения семантического ядра прагматически значимого высказывания, которым в данном случае выступает комплимент, и установления соответствия конкретного речевого действия семантике понятия **комплимент.** *Моя дорогая, у тебя такой хороший слух, я ни разу не слышала такого красивого пения* .

2. Тактика проявления заботы. Выделяется на основе установления семантического соответствия ключевого прагматического высказывания, семантической бирке "проявлять заботу о ком – либо". *Садись поудобнее за стол, там будет удобнее есть, чем на диване.*

3. Тактика сочувствия. Согласно Н.В. Василенко, тактика отражает интимизацию коммуникативного пространства и сокращает дистанцию между говорящими. *Иди ко мне на ручки, я тебя сейчас успокою, не нужно плакать, моя прелесть*.

4. Тактика преувеличения значимости собеседника. Данная тактика направлена на описание личных или профессиональных качеств собеседника, при этом семантическим ядром данной тактики является суперлативное преувеличение указанных качеств.

Ты мой настоящий супергерой, а все супергерои пьют молоко на ночь.

Стратегия порицания представляет собой словесное выражение негативной реакции родителей на то или иное действие, совершенное детьми. Нами были выделены две разновидности данной стратегии: воздействующая и конфронтационная.

Воздействующая разновидность стратегии порицания представлена следующими тактиками.

1. Тактика обещания. Обещание – высказывание, в котором человек сообщает о том, что берет на себя обязательство сделать что-либо или не делать чего-либо, а также само такое обязательство.

Если ты сдашь математику – я куплю тебе телефон

2. Тактика запугивания. Запугивание – использование страха как инструмента убеждения в попытке изменить поведение других людей.

Тебя Бабка Ёжка заберет, если не будешь слушать маму.

3. Тактика шантажа. Формула шантажа: не сделаешь мне что-либо (*X*), будешь иметь негативные последствия (*Y*).

У меня сейчас сердце разболелось, это все, потому что ты поздно домой пришел!

4. Тактика угрозы. Иногда говорящий может не осознавать, что его слова производят впечатление угрозы.

Я хочу с тобой серьезно поговорить о случившемся вчера, жди меня дома.

В таких случаях можно говорить о коммуникативных неудачах (полное или частичное непонимание партнером по коммуникации намерения говорящего).

5. Тактика приказа и запрета. Подобные тактики В. О. Мулькеева представляет в виде оппозиции, где первый ее компонент демонстрирует напористое атакующее речевое поведение говорящего с целью принуждения адресата совершить определенные действия, а второй – обратный процесс, заключающийся в выражении намерения лишить адресата права совершать что-либо [Мулькеева 2006, 11].

Дети должны уважать своих родителей до конца дней, а ты то и дело грубишь.

Конфронтационная разновидность стратегии порицания включает в себя преимущественно деструктивные тактики. Человека, придерживающегося стратегии порицания, можно назвать агрессором, ущербной в социально-психологическом отношении личностью [Горелов, Седов 2001, 5]. Для того, чтобы добиться ощущения социальной полноценности, такой коммуникант вызывает у партнера коммуникативный дискомфорт, что часто приводит к конфликтной ситуации. Вследствие этого родитель использует следующие тактики конфронтационной разновидности стратегии порицания.

1. Тактика оскорбления.

Ты что совсем идиот ? Кто так задачу решает?

2. Тактика унижения. В данной тактике, как правило, используется захват коммуникативного пространства, отсутствие речевого паритета. Инициатива ведения диалога принадлежит родителю, следовательно это обеспечивает его полное господство в коммуникативном пространстве и наступательном речевом поведении.

Бессовестная бездельница! Пока мама не скажет, ничего сделать не можешь!

3. Тактика осмеяния. Осмеяние по природе есть конфликтное речевое речевое действие, в котором изначально заложено противоречие интересов говорящего и слушающего.

Эй, свинтус, сколько можно мусорить?

4. Тактика отрицательной оценки действий и качеств. Негативная оценка ребенка и его поступков направлена на то, чтобы подчеркнуть ответственность личности за порицаемое действие.

Ты что сделал, бестолочь, зараза такая!

Таким образом, реализация коммуникативной стратегии поощрения и порицания на практике показывает, что непременным условием коммуникации в рамках данных стратегий являются асимметричные позиции собеседников. Говорящий всегда занимает активную коммуникативную позицию, инициируя процесс общения и активизируя собеседника посредством позитивного либо негативного воздействия. Более того, в вертикали статусных отношений, говорящий (в данном случае родитель) занимает более высокое положение, по сравнению с собеседником (что, по сути, и дает говорящему право "поощрять" или "порицать" адресата). Относительно психологических характеристик участников коммуникации, то говорящий в этом случае должен обладать более рациональным, по сравнению с собеседником, мышлением, стойкой и менее эмоциональной психикой.

Проведенное исследование позволяет выделить систему компонентов коммуникативных стратегий поощрения и порицания на основе бинарных оппозиций, в роли которых выступают эти компоненты.

Отношения, в которые вступают между собой компоненты коммуникативных стратегий в рамках коммуникации, являют собой подобие системы бинарных оппозиций, составляющих когнитивно-коммуникативную базу индивида. Следовательно, путем анализа этой системы можно составить речевой портрет личности.

Структурные компоненты внутреннего плана коммуникативных стратегий можно представить в виде элементов системы, упорядоченной по двум координатам общения *"цель-средства"*. Вертикаль *"цель"* представлена координатой этапов общения, вершиной которой является коммуникативно-прагматическая цель говорящего, а звеньями – промежуточные цели, соответствующие этапам общения (помощь по дому, выполнение домашнего задания, искоренение вредных привычек – данные полученные путем анкетирования 70 родителей) и направленные на достижение гло-

бальной цели. Горизонталь *"средства"* представлена коммуникативной стратегией (порицания и поощрения), с одной стороны, и речевыми тактиками ее реализации на каждом этапе общения, с другой (тактика обещания, запугивания, шантажа и т.д.).

Таким образом, в системе координат "цель-средства" коммуникативная стратегия выступает в причинно-следственные отношения с глобальной целью коммуникации, а речевые тактики – с промежуточными целями, соответствующими каждому этапу общения. Между собой данные компоненты связаны родовидовыми отношениями следующим образом: стратегия – тактика, глобальная цель – промежуточные цели. Третьей плоскостью в данной системе оказывается реализация сознательного речевого поведения и несознательного воспроизведения определенной модели в процессе общения.

В ходе анализа лингвистических особенностей стратегии порицания и стратегии поощрения было виявлено использование следующей стилистически маркированной лексики.

1. На уровне лексики и фразеологии

– неологизмы/окказионализмы: *бэтменовец, пспишник, лень-ка-матушка, воровайка,*

– историзмы: *архаровец,*

– библиизмы: *агнец невинный,*

– книжная лексика: *клан пспишников,*

– терминологическая лексика: *отформатирую диск, Виндоус сам будешь устанавливать,*

– фразеологические единицы / прецедентные феномены, которые несут эмоциональную нагрузку и оценочную семантику: *останешься у разбитого корыта с таким аттестатом, цыплят по осени считают, твои оправдания просты, как пять копеек, не напишешь тест, к гадалке не ходи, не смотри на меня, как баран на новые ворота, как горохом об стену.*

Выполняют функцию отсылки к фоновым знаниям в той или иной области:

– жаргонизмы, сниженная лексика: *что ты мне втираешь? присосался к кошельку, паразит, чего баньки вылупил?*

– использование эвфемизмов: *разрядилась, как ночная бабочка.*

2. **На уровне морфологии и синтаксиса**

– использование риторических вопросов: *Кто так задачу решает? Кто тебе, кроме матери поможет в жизни? Совсем безмозглая, что ли?*

3. На уровне стилистики

– сравнения: *чего ты бегаешь, как черт перед заутреней, стал и стоишь как столб, не смотри на меня, как баран на новые ворота.*

– ирония: *ну и кто это за тобой прибирать будет? Дед Мороз что ли?; У тебя такой беспорядок в комнате, ты точно девочка?*

– метафора: *ты все это время вела двойную игру со мной, это какой то театр абсурда!*

На основе такого анализа можно сделать вывод, что родитель зачастую выбирает эмоционально окрашенную лексику с отрицательной коннотацией, а это значит, что он останавливает свой выбор на конфронтационной разновидности стратегии порицания.

Таким образом, в межличностном общении родитель – ребенок, взрослый активно используют стратегию порицания и не менее активно стратегию поощрения, представляющую собой словесное выражение позитивной реакции родителей на то или иное действие, совершенное детьми. Коммуникативные стратегии предполагает статусно – ролевую асимметрию партнеров по коммуникации: сильную, активную позицию говорящего как субъекта воздействия и слабую, пассивную позицию собеседника как объекта воздействия.

Коммуникативное поведение говорящих в процессе общения регулируется когнитивной базой собеседников, которая представляет собой совокупность знаний о мире, воплощающей предшествующий опыт, а также систему социально обусловленных концептов и стереотипов как результат социальной адаптации индивидуума. Это позволяет прогнозировать течение коммуникации в отдельно взятой ситуации общения. В каждой новой коммуникативной ситуации родитель не формирует модель и план коммуникативного поведения заново, он использует какую-либо модель из уже имеющихся в его ментальной системе, адаптируя ее к данной ситуации. Следовательно, выбор той или иной стратегии базируется на предыдущем опыте человека, на использовании арсенала средств его когнитивной базы.

Дальнейшее изучение стратегии поощрения и стратегии порицания будет направлено на выявление типичных моделей поведения коммуникантов с выделением репертуара тактик с заведомо известным набором лексических единиц.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Арутюнова Н. Д., Падучева Е. В.* Лингвистическая прагматика // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 16, под ред. Е. В. Падучевой, – М., 1985.

2. *Борисова И. Н.* Дискурсивные стратегии в разговорном диалоге // Русская разговорная речь как явление городской культуры. – Екатеринбург, 1996.

3. *Василенко Н. В* Коммуникативная стратегия поощрения в русском речевом общении. – К., 2009.

4. *Верещагин Е. М.* Коммуникативные тактики как поле взаимодействия языка и культуры // Русский язык и современность. Проблемы и перспективы развития русистики. Доклады. – Часть 1. – М., 1991. – С. 18.

5. *Горелов И. Н.* Невербальные компоненты коммуникации. – М. : Наука, 1980. – С. 70.

6. *Демьянков В. З.* "Теория речевых актов" в контексте современной лингвистической литературы: (Обзор направлений) // Новое в зарубежной лингвистике: Вып.17. Теория речевых актов. – М. : Прогресс, 1986. С. 223–235.

7. *Иссерс О. С.* Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. – М., 2006.

8. *Карасик В. И.* Язык социального статуса. – М., 1992. – С. 164.

9. *Кашкин В. Б.* Введение в теорию коммуникации: учеб. пособие / В. Б. Кашкин. – Воронеж : ВГУ, 2000. – С. 175.

10. *Клюева Е. В.* Речевая коммуникация: успешность речевого взаимодействия – М.: Рипол классик, 2002. – С. 18.

11. *Михальская А. К.* Русский Сократ. – М., 1996.

12. *Мулькеева В. О.* Речевые стратегии конфликта и факторы, влияющие на их выбор,-Санкт-Петербург, 2006. – С. 14.

13. *Онопенко Н. К.* Теория коммуникативной грамматики и проблема системного описания русского синтаксиса / Русский язык в научном освещении, № 2. – М., 2001. – С. 107–121 .

14. *Паршина О. Н.* Российская политическая речь: Теория и практика. Изд. 2-е. – М. КомКнига, 2007.

15. *Почепцов Г. Г.* Теория коммуникации. – Ваклер, 2003. – С. 442.

16. *Сухих С. А.* Речевые интеракции и стратегии // Языковое общение и его единицы. – Калинин, 1986.

17. *Тарасов Е. Ф.* , *Школьник Л. С.* Социально-символическая регуляция поведения собеседника – национально-культурная специфика. – М., 1977. – С. 174–192.

18. *Федосюк М. Ю.* Нерешенные вопросы теории речевых жанров / Федосюк М. Ю. // Вопросы языкознания. – 1997. – № 5., Гольдин В. Е. Этикет и речь. – Саратов, 1978.

18. Ыйм Х. Я. Понятие коммуникативной стратегии в модели общения // Уч. зап. Тарт. ун-та. Вып. 793. Психологические проблемы познания действительности. Тарту, 1988.

Стаття надійшла до редакції 27.04.15

Т. О. Алексєєва, студ.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

Стратегії докору та заохочення у міжособистісній комунікації "дорослий–дитина"

У статті розглядаються стратегії докору й заохочення та тактики їх реалізації в міжособистісній комунікації (батько-дитина). На підставі аналізу мовного матеріалу виявлені різновиди стратегії докору та заохочення, кожний з яких має певний набір тактик.

Ключові слова: міжособистісна комунікація, комунікативна стратегія, комунікативні тактики, докір, заохочення, вплив, конфронтація.

T. Alekseieva, Student
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

Strategies of blaming and encouragement in interpersonal communication (adult-child)

The article is dedicated to the strategy of blaming and encouragement and tactics for their implementation in interpersonal communication (adult-child). Based on the analysis of the speech raw material the author identified types of strategies, each of which has specific set of tactics.

Keywords: *communication, communicative strategy, communicative tactics, censure, manipulation, confrontation.*

УДК 81'374: 81'255=30.133.1

Е. М. Андрієвська, доц., канд. філол. наук
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ФРАНЦУЗЬКОЇ ЕЛЕКТРОННОЇ ЛЕКСИКОГРАФІЇ

Стаття знайомить з основними напрямками розвитку інформатизованих лексиграфічних джерел французької мови. Аналізуються особливості роботи сучасних електронних словників Trésor de la Langue Française informatisé,

Dictionnaire de l'Académie française, Grand Larousse de la langue Française, Dictionnaire Visuel. Розглядаються можливості їх використання при перекладі.

Ключові слова: *французька мова, електронний словник, TLFi, Dictionnaire de l'Académie française, Grand Larousse.*

Сучасний рівень високоосвіченого перекладача вимагає гармонізації його праці з найновішими досягненнями у сфері інформаційних технологій. Будь-який ноутбук, планшет чи смартфон дає можливість отримати певний обсяг відомостей з глобальної мережі Інтернет. Стрімкі життєві чинники та потреба розуміння великих обсягів інформації з усього світу сприяють росту соціальної значущості перекладних, тлумачних, енциклопедичних словників, спонукаючи бурхливий розвиток комп'ютерної лексикографії.

Що являє собою сучасна комп'ютерна лексикографія та які основні напрямки її розвитку сьогодні? Електронна лексикографія як галузь описана в багатьох працях [1; 2; 3]. Традиційно вона включає теорію та практику складання автоматизованих словників та усю сукупність електронних словників.

В межах комп'ютерної лексикографії постійно розробляється низка програмних засобів. Це – комп'ютерні програми, перекладацькі системи, лексикографічні бази даних, програми підтримки лексикографічних праць, лінгвістичного аналізу та обробки текстів, програми складання конкордансів, а також комп'ютерні технології та програми обробки інформації, що використовуються для систематизації словників та словникових статей традиційних паперових словників [4].

Нараховуючи у своєму арсеналі досить велику кількість різноманітних словників, електронна лексикографія вирізняється як будовою словникової статті та словника в цілому, так і характером реєстрових одиниць.

Загальною особливістю електронних словників є те, що вони виходять далеко за межі звичайних тлумачних словників, надаючи багату додаткову інформацію про слово та про мову у цілому. Усталена форма словникової статті не може вмістити усіх тих відомостей, які можуть зацікавити читача. До автоматизованих словників можуть входити наукові нариси, списки слів, таб-

лиці, що наочно подають смислову структуру слова, семантичні зв'язки між словами, словотворчі моделі мови.

Сьогодні спостерігається *загальне поглибення та вдосконалення словникового матеріалу, зростання інформативності кожної статті і словника у цілому.*

Заслуговує на увагу досвід Франції, країни з багатими лексикографічними традиціями, де постійно ведеться інтенсивна робота над автоматизованими словниками. Сучасну обчислювальну техніку успішно застосовують у найбільших лексикографічних центрах – Nancy, Besançon.

Вінцем багаторічної титанічної праці французьких лексикографів є портал Національного центру текстових та лексичних ресурсів (Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales – CNRTL), який уможливлює цілеспрямований пошук лінгвістичної інформації на спеціалізованих сторінках [5]. Цей Інтернет-проект, створений за підтримки держави, об'єднує у єдине ціле комп'ютеризовані лінгвістичні бази даних, де зібрано максимум електронних ресурсів і консультативних засобів з французької мови.

Лексика й словники інтегровані до єдиного *лексичного порталу*, який дозволяє робити перехресні запити та отримувати результати у стандартному форматі. Окремими розділами лексичного порталу є сайти: морфологія, лексикографія, етимологія, синонімія, антонімія та інші.

Серед численних вільнодоступних *текстових корпусів*, де пропонуються і надаються різні документи, статті, книги, виділяються: база даних Frantext, яка об'єднує понад 500 творів французької літератури 18–20 століть; журналістський корпус L'Est Républiquain, який містить тексти щоденних регіональних видань за два роки; корпус лінгвістичних статей журналу "Sciences Humaines"; корпус досліджень усних надбань мови, починаючи з 80–90 років, який супроводжується транскрибуванням, і таке інше.

Поряд з вільно доступними *текстовими корпусами* на сайті представлені сучасні та стародавні словники.

Опис усього лексико-фразеологічного багатства мови подається у електронній версії тезауруса **Trésor de la Langue Française informatisé (TLFi),** що ґрунтується на даних словника *Trésor de la Langue Française (1971–1994)*, праці, яка містить лексику

XIX–XX століть у 16 томах та 1 додатку. Серед розмаїття комп'ютеризованих французьких словників це є наразі найграндіозніший проект і найповніший з електронних словників, що існують в системі on line. Текстовий корпус *TLFi* базується передусім на письмових джерелах, налічує 100 тисяч слів зі своєю історією, 270 тисяч визначень. Більшого електронного словника французької мови сьогодні не існує у світі.

Надзвичайно великий обсяг матеріалу дозволив авторам проекту максимально повно представити номенклатуру французької лексики та зміст словникової статті. Лексика словника розташована в алфавітному порядку, що робить його максимально зручним і ефективним у використанні. Дефініцію слова ілюструють цитати з літературно-художніх творів. Подані перифрази відтворюють семантичне наповнення значення.

В статті описується основне, переносне та абсолютне значення лексеми; подаються синтаксичні сполучення, сталі вирази, фразеологізми, прислів'я та приказки. Межі використання слова окреслюються позначками *spéc., fam., péj., au fig., littér.* Інформація про дієслова подається як через поняття перехідності/неперехідності, так і приналежності об'єкта до оживленого чи неоживленого. Граматичні труднощі описуються в ремарках. Значна увага приділяється префіксальному та суфіксальному словотворенню.

Кожна стаття містить детально обґрунтовану інформацію щодо історії слова, його етимології, графічних познак та вимови.

Тезаурус є першою працею, яка містить відомості щодо частотності використання слова в той чи інший період часу, розташованої в хронологічному порядку. Зазначається також абсолютна частотність уживання. Окремий розділ конкордансів демонструє різні варіанти сполучуваності даного слова з посиланням на цитати з конкретних творів французьких авторів.

Серед значущих словникових ресурсів порталу CNTRL виділяється **Dictionnaire de l'Académie française**, який є носієм нормативної французької мови. На сьогоднішній день три томи *дев'ятого видання* побачили світ:

T.1 (A – Enz). – P. : Imprimerie nationale / Fayard, 1992. – X-834 p.;

T.2 (Éoc – Map). – P. : Imprimerie nationale / Fayard, 2005;

T.3 (Maquereau à Quotité). – P. : Imprimerie nationale /Fayard, 2011.

Словник Французької академії слугує основою для усіх інших словників як словник уживаної лексики, правильного французького мовлення. Як зазначають самі творці, дана праця не належить ні до енциклопедичного, ні до історичного, ні до аналогічного і навіть ні до етимологічного словника. В словнику подано лише ті слова іноземного походження, які насправді прижилися у використанні й не мають французьких відповідників для опису певного явища чи висловлення думки. На думку авторів такий підхід має на меті попередити загрозу розширення словникового запасу мови та порушення синтаксису [6]. До словника не залучено численні неологізми, поява яких пов'язана з відсутністю чи забуттям вдалих термінів, які існували до цього часу; не взято до уваги також нові слова, творення яких є неправильним з лінгвістичної точки зору. Водночас в значній кількості додано розширені смислові поняття та нові лексичні значення.

Академія оцифрувала і впровадила онлайн 5 видань свого словника. Основною метою було надати безкоштовний доступ до словника для широкого загалу громадських користувачів Інтернет. Особливий інтерес для сучасних фахівців представляє останнє дев'яте видання словника в електронному вигляді. У випусках офіційного видання Journal officiel подано лексикографічний матеріал від *quadru* до *réglage*. Сьогодні комп'ютерний словник он лайн подає матеріал від літери *A* до *Quadrilobé*. Станом на серпень 2014 року академіки дійшли в обговоренні до слова *renommer*.

Електронний ресурс *Словника Французької академії* відзначається наявністю *гіпернавігації*, яка дозволяє перекладачеві консультуватися щодо визначення слів у інших виданнях цього ж Словника (4-му, 8-му та 9-му), а також миттєво переходити до тезауруса *Trésor de la Langue Française*, який пропонує численні літературні приклади; дає можливість здійснювати пошук вживань слів у текстах бази даних FRANTEXT, що дозволяє переглянути 4 тисячі визначних літературних творів XVII–XX століть; консультуватись у базі лексичних знань ATILF; знайомитись з історичною базою французького словника la Base Historique du Vocabulaire Français (BHVF).

Поряд з кількісними змінами *у французькій лексикографії відбулися і якісні зрушення.* Такі аспекти словникової роботи як відбір, подання та пояснення мовного матеріалу постійно вдосконалюються. При відборі лексики до тлумачного словника враховуються такі критерії, як частотність уживання, комунікативна цінність, сполучуваність слова, належність до сучасного мовлення тощо.

На порталі Національної цифрової бібліотеки Франції Gallica – gallica.bnf.fr. представлена оцифрована версія **Grand Larousse de la langue Française en sept volumes** (1989, за редакцією Louis Guilgert, René Lagane, Georges Niobey), лексичне наповнення якого спирається на сучасну мову і налічує 163 270 словникових статей [7]. Модуль пошуку дає можливість відкрити кожен том словника і гортати його сторінки чи задати якусь конкретну сторінку для перегляду.

Словник має широку історичну та соціолінгвістичну базу. У словнику систематично і з позначками надаються значення слів, що були розповсюджені в літературі XVII–XVIII століть; подаються літературно-поетичні вживання, а також просторічні, вульгарні, арготичні та інші значення слів. Словник дає як усічені приклади словосполучень, так і численні цитати з творів авторів XVIII–XX століть.

Значення слова розташовуються не в історичній, а в логічній послідовності: від прямого до переносного, від загального до спеціального і т.д. Виділення та визначення значень базується за семантичним принципом. Характер семантичного відхилення та сфери вживання маркується позначками: *fig.* – переносне, *par extens.* – розширене, *absol.* – в абсолютному вживанні, *spécial.* – спеціальне, звужене і т.п.

Семантичний принцип виділення підкріплюється можливістю переглянути синоніми та антоніми до слова. Стаття містить також повну транскрипцію слова за міжнародним фонетичним алфавітом та етимологію з датацією.

Поряд з семантичною інформацією словник дає граматичну характеристику заголовного слова, вказуючи належність до тієї чи іншої частини мови. Особливості форми роду та числа у імен-

ників, перехідність та неперехідність дієслів, зворотні дієслова, допоміжні дієслова при дієвідмінюванні.

У сучасній французькій лексикографії проявляється *тенденція подавати фразеологізми та сталі вирази як окрему статтю.* Це характерно як для *Grand Larousse*, так і для *TLFi*. Так, наприклад, в окрему статтю виносяться такі словосполучення як *chemin de fer, pomme de terre.*

Звертає на себе увагу портал видавництва Larousse www.larousse.fr., де представлено лексичний склад тлумачного словника, 6 перекладних словників (французько-англійський, французько-іспанський, французько-німецький, французько-італійський, французько-китайський та французько-арабський), тематичні енциклопедії, а також граматичний розділ Le cojugateur, що дає можливість перевірити будь-яку дієвідміну французького дієслова в усіх часах та способах.

Тлумачний словник *Larousse* налічує 135 000 визначень та 6 000 статей про уникнення мовних пасток. Окрім того словник містить 92 000 синонімів, 29 000 антонімів.

Внаслідок пошуку лексичної одиниці відкривається словникова стаття, де на початку присутня піктограма для звукового відтворення слова; далі зазначається частина мови, рід, походження та історичні форми слова, однак без датації. Відкрите віконечко Définition, подає читачеві основне визначення лексичної одиниці, потім лексичні сполучення та переносні значення з відповідними ремарками. Наприклад:

pomme

nom féminin

(latin populaire *poma,* du latin classique *pomum,* fruit)

Fruit du pommier, charnu, de forme plus ou moins arrondie, de couleur verte, jaune ou rouge selon la variété, que l'on consomme frais, en compote, en beignets et dont on fait le cidre ou des jus.

– Objet, partie d'objet ou ornement de forme arrondie : La pomme d'une canne.

– Partie centrale d'un légume (chou, laitue) dont les feuilles serrées sont disposées en boule.

– Pomme de terre : Bifteck aux pommes.

– Familier. Tête, visage.

– Populaire. Individu stupide qui se laisse berner.

– Accessoire d'appareil de douche, percé de petits trous par lesquels s'écoule l'eau.

Відкривши розділ Expressions, можна ознайомитися зі сталими виразами та фразеологізмами, що містять дану лексему. Розділ Homonimes надає форму paume nom féminin. У віконечці Difficultés надаються пояснення щодо орфографічних труднощів та особливостей стильового вживання. Розділ Citations наводить цитати з художніх творів з посиланням на автора, його працю та рік видання.

Поруч знаходиться піктограма енциклопедії Larousse з кольоровим малюнком яблука та його суцвіття, пропонуючи ознайомитися з додатковою інформацією.

Задавши для пошуку дієслово *aboutir*, можемо познайомитись з максимально можливою кількістю синонімів та антонімів, які диференціюються відповідно до відтінків смислового значення. Наприклад:

Synonymes: En parlant d'un chemin, d'une voie, d'un cours d'eau, se terminer...: *finir à, mener à, tomber dans.* Avoir pour fin, pour résultat, pour conséquence, en parlant... : *conduire à, mener à, s'achever par*. Avoir une issue favorable, un bon résultat en parlant d'une... : *réussir.*

Для порівняння: TLFi пропонує можливість переключитися зі словникової статті на розділ синонімів, представлених словником **Dictionnaire des synonymes CRISCO**, який надає більшу кількість синонімів, уклавши їх у таблицю частотності вживання, проте не зазначає смислові нюанси.

У цілому електронний словник Larousse налічує 34 000 виразів та 15 000 омонімів.

Як бачимо, *активізується тенденція до використання мультимедійних засобів представлення інформації*: окрім тексту використовується колір, зображення, звуковий супровід. Озвучені слова являють собою синтезоване звучання, отримане за допомогою комп'ютерної програми *Kali*, розробленої в лабораторії Канського (Caen) університету спільно з центром CNRL. Програма дає можливість здійснювати голосовий синтез тексту.

Цікавим є лексикографічний портал ***LEXILOGOS mots et merveilles d'ici et d'ailleurs***. Серед поданих сучасних, стародавніх словників та енциклопедій французької мови звертає на себе увагу **Dictionnaire Visuel** [8], енциклопедичний словник, створений видавництвом *Edition Québec Amérique inc.* Словник надає можливість візуальної навігації по 17 тематичних циклах, які представлені малюнками: astronomie, Terre, règne végétal, règne animal, être humain, alimentation et cuisine, maison, bricolage et jardinage, vêtements, parure et objet personnels, art et architecture, communications et bureautique, transport et machinerie, énergie, science, société, sports et jeux, Jouez! Кожен малюнок має в свою чергу численні візуальні посилання з текстовим тлумаченням. Перекладач може вдосконалювати свої знання з мови засобами реалістичних картин та зорових образів для знаходження відповідних назв, термінів, понять у сучасному світі. Словник вміщує 6 000 кольорових ілюстрацій, 21 000 понять та назв, 35 000 слів-термінів, що визначають назви предметів.

Великий обсяг електронних словників поєднується зі зручністю користування під час перекладу. Кожен елемент інформації може бути гіперпосиланням до іншої словникової статті. Така система дає можливість швидкого доступу до необхідної інформації одним щигликом миші. Водночас перекладач може відкрити на екрані відразу декілька словникових статей для вивчення додаткової інформації.

Отже, розвиток автоматизованої лексикографії дає можливість в процесі перекладу вирішувати складні завдання, серед яких автоматична правка перекладених текстів; зіставлення словників, наявних у пам'яті комп'ютера чи мережі; збір матеріалу на базі попередньо розмічених текстів; поповнення словника в автоматичному режимі опрацювання інформації; укладання перекладних словників на основі машинних корпусів паралельних текстів.

Електронний словник сьогодення – це словник нової генерації, який поступово стає головним об'єктом комп'ютерної лексикографії. І, можливо, в недалекому майбутньому електронна лексикографія стане провідною науковою галуззю, оскільки словники на паперових носіях повільно, але виходять з ужитку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Карпіловська Є. А.* Вступ до комп'ютерної лінгвістики. – Донецьк : Юго-Восток, 2003. – С. 53–54.

2. *Перебийніс В. І., Сорокін В. М.* Традиційна та комп'ютерна лексикографія. Навчальний посібник. – К. : Вид. центр КНЛУ, 2009. – 218 с.

3. *Пещак М. М.* Нариси з комп'ютерної лінгвістики. – Ужгород, Закарпаття, 1999. – С. 133–143.

4. *Фесенко О. П.* Компьютерная лексикография: программные средства и продукт научной деятельности // Инновационное образование и экономика – № 15 (26), июнь – 2014. – С. 28–30.

5. *CNTRL*: Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales, 2015: [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.cnrtl.fr/ (дата звернення 10.04.2015).

6. *Quemada Bernard et al.*, Les Préfaces du Dictionnaire de l'Académie française (1694–1992) : textes, introductions et notes . – P. : Champion, 1997.

7. *Guilbert L., Lagane R., Niobey G.* Un nouveau dictionnaire de la langue française. Préface. // Grand Larousse de la langue française en six volumes. Tom premier. – Larousse, 1971. – P. I–V.

8. *Dictionnaire Visuel* 2015: [Електронний ресурс]. Режим доступу: http:www.lexilogos.com/francais_langue_dictionnaires.htm (дата звернення 10.04.2015).

Стаття надійшла до редакції 24.04.15

Э. Н. Андриевская, доц., канд. филол. наук
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

Современные тенденции французской электронной лексикографии

Статья знакомит с основными направлениями развития компьютерных лексикографических источников французского языка. Анализируются особенности работы современных электронных словарей Trésor de la Langue Française informatisé, Dictionnaire de l'Académie française, Grand Larousse de la langue Française, Dictionnaire Visuel. Рассматриваются возможности их использования при переводе.

Ключевые слова: *французский язык, электронный словарь, TLFi, Dictionnaire de l'Académie française, Grand Larousse.*

E. Andriievska, Cand. Phil. Sci., Associate Professor
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

Current trends of French electronic lexicography

The article introduces the main directions of development of computer lexicographical sources of the French language. Analyzes the features of the modern electronic dictionaries Trésor de la Langue Française informatisé, Dictionnaire de

l'Académie française, Grand Larousse de la langue Française, Dictionnaire Visuel. The possibility of computerized dictionary using in the work of interpreter is described.

Keywords: *French, electronic dictionary, TLFi, Dictionnaire de l'Académie française, Grand Larousse.*

УДК 81'255.4=111=161.2: 82-83

О. С. Андрощук, магістрант
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ДІАЛОГІЧНОГО МОВЛЕННЯ В РОМАНІ СТЕФАНІ МАЄР "СУТІНКИ. МОЛОДИЙ МІСЯЦЬ"

Стаття присвячена висвітленню основних особливостей перекладу діалогічного мовлення у романі Стефані Маєр "Сутінки. Молодий місяць". Проаналізовано різні підходи вчених до поняття "когерентність" та "дискурсивний маркер". Автор зосереджує увагу на дослідженні ролі дискурсивного маркера в збереженні когерентності вихідного та цільового текстів.

Ключові слова: *діалог, когерентність, когезія, дискурсивний маркер, стихомітія, когнітивні аспекти перекладу, граматична конструкція, лексема.*

Переклад художньої літератури передбачає детальний поступовий аналіз тексту, освоєння культури мови вихідного тексту, збереження стилістичних особливостей художнього твору та перебудови структури речень у мові перекладу з метою збереження змісту оригіналу. Особливо складним завданням при перекладі іноземних романів є адекватний переклад діалогічного мовлення. Професійний перекладач повинен дбати про точність передачі вислову з одного боку, а з іншого – не додавати нових деталей та відтінків значення. При перекладі творів з великою кількістю діалогів найважливішим завданням для перекладача при відтворенні тексту є збереження його цілісності. У зв'язку з цим виникає необхідність створити певний алгоритм і послідовність вибору граматичних конструкцій, лексичних одиниць, дискурсивних маркерів, що реалізують когерентну функцію на всіх рівнях тексту. Питання різної концептуалізації світу у мові оригіналу та мові перекладу також потребує детального аналізу.

Особливо складним завданням для перекладача був саме переклад діалогічного мовлення, для якого характерні контекстуальні розриви, насиченість дискурсивними маркерами, ґендерно та соціально маркована лексика, а також явище стихомітії.

Багато лінгвістів стверджують, що перекладач повинен враховувати фактор ситуативності діалогу, тобто екстралінгвістичні аспекти дискурсу. Ця тема та інші питання, пов'язані з труднощами художнього перекладу, досліджуються у роботах В. Скалкіна, Є. Пассова, Г. Рубінштейна, Т. Сахарова, Є. Розенбаума, Д. Берна, Л. Коломієць, Т. Некряч. Окрім зовнішніх факторів, на структуру діалогу значною мірою впливає свідомість суб'єктів звернення. М. Бахтін зазначає, що самосвідомість героя роману також може бути діалогізованою. Нерозривний зв'язок між семантикою і структурою діалогу зі свідомістю суб'єктів діалогічного мовлення зумовлює необхідність дослідження такого перекладу у когнітивному аспекті. Такі лінгвісти, як Г. Талмі, Ж. Гундель, Т. Гедберг, Д. Вільсон, у своїх працях намагаються дати відповіді саме на питання нерозривності тексту, фактору людської свідомості, а Я. Женг пропонує низку способів збереження когерентності тексту при перекладі.

Метою дослідження є встановлення особливостей перекладу діалогічного мовлення в залежності від реалізації когерентної функції дискурсивного маркеру. Досягнення поставленої мети передбачає виконання таких завдань, як підготовка теоретичної основи для дослідження, розроблення чіткої схеми ідентифікації та класифікації одиниць відповідно до рівня, на якому вони реалізують свою когерентну функцію в тексті оригіналу та перекладу, аналіз спільних та відмінних рис у семантиці та структурі матеріалу дослідження, обґрунтування зумовленості розбіжності текстів з урахуванням особливостей концептуалізації світу та мовної організації суб'єктів звернення, опис труднощів при перекладі за умов явища стихомітії та контекстуальних розривів. Особливо важливим аспектом дослідження є опис та зіставлення дискурсивних маркерів на різних рівнях тексту, визначення коефіцієнту кореляції між англомовними лексемами та їхніми відповідниками в українській мові.

У нашому дослідженні ми використовуємо комплекс теоретичних методів та методів збору емпіричної інформації. Використано системний підхід до класифікації лексичних та граматичних одиниць відповідно до рівня, на якому вони реалізують когерентну функцію, який полягає в комплексному дослідженні їх як єдиного цілого з узгодженим функціонуванням усіх елементів і частин. Крім того, при співвіднесенні мовної одиниці із певним концептом, ми використовуємо дедукцію, що полягає у розподілі одиниць відповідно до готової схеми семантичної організації української та англійської мов. При створенні когнітивної моделі відтворення особливостей діалогічного мовлення ми використовували методи спостереження, порівняння та узагальнення.

Отже, матеріалом дослідження є сиквел "Молодий місяць" роману Стефані Маєр "Сутінки" та його переклад українською мовою, здійснений Уляною Григораш. Крім того, при аналізі дискурсивних маркерів вихідного та цільового тексту було проведено аналіз частотності тих чи інших одиниць на базі Британського національного корпусу BNC та Корпусу текстів української мови.

Роман Стефані Маєр "Сутінки. Молодий місяць" було екранізовано, можливо, завдяки динамічному розвитку подій та наявності великої кількості діалогів та, сценарій кінофільму було повністю взято з оригіналу.

Поняття діалогу має низку визначень, серед яких виділяють широке філософське трактування діалогу як взаємопроникнення смислів, властивих людині й відтворюваних культурою в різних формах, а також суто лінгвістичне розуміння діалогу як двостороннього вербального обміну інформацією між людьми у вигляді питань та відповідей. Класичне визначення діалогу подає у своїй науковій праці О. Селіванова [5: 128]: "Діалог – форма мовлення, зумовлена екстралінгвістичними факторами спілкування двох або кількох (полілог) осіб, комунікативні ролі яких інверсуються (мовець стає адресатом, а адресат перетворюється на мовця, адресатом якого є перший мовець), за умови визнання учасниками спілкування спільної мети й напрямку комунікації". З активним розвитком когнітивної лінгвістики теоретики все частіше визначають діалог як психолінгвістичний феномен, результат мисленнєвого процесу. Основними психологічними осо-

бливостями діалогічного мовлення є його вмотивованість, зверненість, ситуативність, спонтанність та взаємне володіння основними мовленнєвими навичками обох сторін. Ситуативність діалогічного мовлення є надзвичайно важливою рисою, вона описана в роботах таких вчених як Є.П. Шубін, Й.М. Берман і В.А. Бухбіндер, В.А. Скалкін і Г.А. Рубінштейн, Є.М. Розенбаум, В.О. Артемов, Ю.І. Пассов, А. Хорнбі та багато інших.

Щодо лінгвістичних особливостей діалогічного мовлення, то йому притаманні еліптичність, контекстуальні розриви, повторення, наявність "готових" мовленнєвих одиниць, слів для заповнення пауз, стягнених форм і великої кількості дискурсивних маркерів. Рівень взаєморозуміння та нерозривності думки в діалозі залежить від бази знань співрозмовників, від того, на скільки відкритим є їхній *ментальний простір.* Факоньєр та Тернер [7:40] визначають *ментальні простори* як невеликі набори концептів, які вибудовуються в процесі нашого мислення і розмови для розуміння і дій у певній ситуації. Конкретний ментальний простір відкривається при першій згадці концепту, який до нього належить і продовжує розвиватись у процесі розмови. Він може зазнавати модифікацій в процесі розвитку думки та дискурсу (Переклад наш – О. А.). Отже, взаєморозуміння комунікантів зумовлене наявністю спільної ситуації, зверненістю реплік, застосування невербальних засобів (міміка або жести), рівень знання ними обставин дійсності та знайомства одне з одним. Крім того, у діалогах часто вживаються "кліше" для висловлення подяки, обміну привітання, для привертання уваги співрозмовника на початку розмови або підтвердження чи коментування почутого. В англійській та українській мовах є низка слів, які служать для заповнення пауз в діалогах, для підтримки розмови. В українському перекладі часто знаходимо такі слова *ну, от,ага, значить, там, як це, чуєш, знаєш, так би мовити, типу, розумієш* та ін. Щодо англійської мови, то найчастіше зустрічаються *well, well now, you know, Let me see, Look here, listen, I say.*

На матеріалі Британського національного корпусу BNC бачимо, що в розмовній мові *well* зустрічається найчастіше, ніж в писемному дискурсі, що свідчить про відсутність нормативності та граматичної потреби у вживанні даної одиниці.

Еліптичність та контекстуальні розриви є ознаками, що притаманні саме діалогам і становлять основну складність для інтерпретування тексту, є причиною подвійності змісту та помилок при перекладі. Важливою ознакою еліпсису є компактність структури, яка проявляється в збільшенні об'єму семантико-стилістичної інформації в експліцитно вираженому елементі. Відповідно до основних положень когнітивної лінгвістики, кожен зі співрозмовників має певні фонові знання, які можуть розширюватися в процесі розвитку дискурсу. Еліптичні структури містять вагомий імпліцитний елемент, а тому для декодування будь-якого еліпсису, необхідною є широка пропозиційна база, фонові знання з попередніх висловлювань. Еліпсис є реченнєвим концептом і йому притаманна сильна або слабка (у вузькому контексті) імплікація.

Розглянемо уривок діалогу між Алісою та Белою з твору:

(1) B – You'll come back?
A – I promise – one hour.

В перекладі У. Григораш:

(2) *Б – Ти повернешся?*
А – Обіцяю – за годину.

Цей момент ілюструє відмінність у передачі граматичного зв'язку в англійській та українській мові. Форма питання в прикладі (6) суперечить нормам англійської мови, проте максимально наближує репліку до усного мовлення. В українській мові порядок слів не є стійким і граматичні дієслова є взагалі відсутніми, оскільки вона є флективною.

Однією з основних ознак тексту як лінгвістичної і комунікативної одиниці є його зв'язність, яку ще називають *когерентністю*. Питання збереження когерентності тексту досліджується у працях таких мовознавців, як Н.С. Валгіна, О.П. Воробйова, І.Р. Гальперін, К. Кожевніков, О. Потебня, О. Селіванова, М. Холлідей та ін. Вони розглядають дане явище на різних рівнях структури тексту. Діалог є елементом тексту, якому притаманний найнижчий рівень когерентності. Предметом нашого дослідження є зв'язність тексту на граматичному, семантичному, прагматичному та тематичному рівнях. Сукупність формальних, тобто граматичних, лексичних і синтаксичних засобів зв'язку

називається когезією, що є вужчим поняттям за когерентність, яка може досягатися засобами когезії, але може будуватися і на асоціативних зв'язках. У зв'язку з цим І. Гальперін бачить різницю між цими поняттями в тому, що когезія – це категорія логічного плану, а когерентність – скоріше психологічного. Поглиблюючи дане протиставлення, він відзначає, що "якщо когезія регулюється в синтагматичному розрізі, то когерентність можна уявити собі як парадигматичний процес" (Пер. наш – О.А) [1: 131].

Для аналізу ступеня когерентності у тексті оригіналу та досягнення такого ж рівня у перекладі даного твору, нам слід виділити основні засоби зв'язності тексту: традиційно-граматичні (сполучники та сполучникові вирази), логічні (слова, що виступають часовими, просторовими параметрами, а також виражають значення послідовності, зв'язності та причинно-наслідковості), асоціативні (є характерними лише для художньої літератури, ретроспекція, конотація, суб'євктивно-оцінна модальність), образні (розгорнута метафора та інші художні засоби), стилістичні (повторення метафор, персоніфікації, порівняння, синонімів, антонімів, гіпонімів, паралелізму та ін.), композиційно-структурні (відступи, вставки, часові або просторові описи явищ). Спільними рисами усіх наведених вище засобів когезії є те, що вони завжди мають формальне вираження, лінійний характер і, зазвичай, співвідносяться з мовними одиницями різних рівнів. Дискурсивний маркер є одним з основних засобів досягнення цілісності тексту, і ми можемо віднести його в залежності від рівня тексту, на якому він пов'язує висловлювання, до традиційно-граматичних, а також до логічних засобів когезії у тексті.

Для створення якісного перекладу перекладач повинен бачити і розуміти засоби когезії у вихідному тексті та розуміти принципи і способи відтворення її у цільовому тексті. Часто при перекладі може відбуватися порушення когезивних зв'язків, що зумовлює інтерференцію когезії, а відтак лексично неадекватні переклади. Під цим поняттям ми розуміємо такі псевдосполучення, в яких перекладач комбінує лексичні одиниці цільової мови, що походять зі словосполучень вихідної мови, але не зустрічаються у спілкуванні в цільовій мові [3: 306].

Дискурсивні маркери, на відміну від вставних слів та виразів, не надають додаткової інформації і не впливають суттєво на зміст висловлювання. Такі вставні слова та вирази як *certainly, of course, undoubtedly, really, unfortunately* та парентетичні елементи типу *I think, I suppose* перебувають у нерозривному зв'язку з головною частиною і вказують на ставлення мовця. Саме тому дискурсивні маркери неможливо визначати тільки в межах синтаксичної функції або лексичного значення, адже вони передають інший тип інформації – процедурний (Переклад наш – О.А.) [6: 327].

На семантичному рівні діалогу дискурсивні маркери дозволяють вибудовувати логічну або хронологічну послідовність подій і їх можна розділити на п'ять основних груп: причинні, наслідкові, протиставні, доповнювальні та темпоральні.

Відношення причини та наслідку між пропозиціями маркуються елементами *so (тому), thus (таким чином), therefore (внаслідок цього), in any case (в будь-якому випадку), hence (тому), consequently (в результаті), for (через), because (оскільки)*. Щодо семантичних протиставних маркерів, то вони представлені наступними одиницями *but (але), however (хоча, не зважаючи на), though (хоча), nevertheless (тим не менше), still (все одно), yet (між іншим, при цьому), nonetheless (при цьому, але все-таки), although (хоча), despite (не дивлячись на), conversely (навпаки)*. Доповнювальні дискурсивні маркери на семантичному рівні сигналізують про додавання ще одного висловлювання, яке доповнює зміст попереднього. До позитивних ДМ належать *and* (для об'єднання частин речення в єдине ціле, як результат попереднього висловлювання), *moreover* (для введення нової інформації, яка є наслідком попередньої), *furthermore* (поряд із, як випливає з), *further* (поряд із зазначеним раніше), *also* (також, разом із). До негативно забарвлених ДМ належать *neither...nor..., neither, nor* (для введення заперечного твердження) [2: 4]. Група семантичних маркерів темпорального відношення включає елементи *then (тоді), while (поки), first (спочатку), now (зараз), finally (в кінці кінців), lastly (нарешті), eventually (в результаті), after (після), afterwards (пізніше)*. Вони допомагають встановити хронологічну послідовність подій. Кожен з поданих дискурсив-

них маркерів має своє прототипне значення. З точки зору когнітивної лінгвістики, нам цікаво не лише, яке значення є центральним в категорії, але також як цей центр може поширитися на периферійні зони і наскільки далеко воно може продовжуватись (Переклад наш – О.А.) [9: 48]. Тобто, у вихідному та цільовому текстах ми спостерігаємо зміщення основного значення дискурсивного маркера. Крім того, їх прототипною позицією в реченні є ініціальна, на початку висловлювання. Вони здатні функціонувати в межах одного складносурядного або складнопідрядного речення або вводити синтаксично незалежні речення у випадку поділу складного речення на два висловлювання.

Розглянемо приклади реалізації когерентної функції причинно-наслідковими прагматичними маркерами в даних текстах:

(3) *B – Contingency plans? –I repeated.*

E – "Well, I wasn't going to live without you." He rolled his eyes as if that fact were childishly obvious. "But I wasn't sure how to do it-I knew Emmett and Jasper would never help... ***so*** *I was thinking maybe I would go to Italy and do something to provoke the Volturi."*

Переклад:

(4) *Б – Замислювати недобре?*

Е – Я б не зміг жити без тебе, – він подивився на мене так, наче цей факт був очевидним. – Та я не знав, що мені робити, – Еммет і Джаспер ніколи б не допомогли мені в цьому… ***Тож*** *я думав про те, щоб податися до Італії і розізлити Волтурі.*

У даному випадку дискурсивний маркер *so/тож* виражає значення наслідку, зумовленість маркованого висловлювання причиною, зазначеною в першій пропозиції. При опущенні даного дискурсивного маркера ми втрачаємо прямий зв'язок між частинами висловлювання, а тому порушується когерентність тексту. Перекладач роману по-різному перекладає елемент *so: тож, отож, отже, тому.* При застосуванні певних трансформацій у перекладі перекладач додає дискурсивний маркер, який дозволяє зберегти зв'язок із попереднім висловлюванням, який у вихідній мові виражається іншими засобами, наприклад займенниковим іменником *that.* А тому при порівнянні вихідного та цільового тексту ми спостерігаємо кореляцію □/ДМ:

E – I'll bring her over around seven," he continued. "That will give you more time to set up.

(5) *E – Я привезу її десь біля сьомої, – провадив він. –* ***Тож*** *ти матимеш більше часу для приготувань.*

Перекладач доречно застосовує таку трансформацію і суб'єктом дії стає співрозмовник, а не причина, виражена у попередній пропозиції у формі займенникового іменника, що є більш притаманним англійській мові.

При зіставленні тексту оригіналу та перекладу часто спостерігаємо кореляцію ДМ/∅, тобто у тексті перекладу відсутній дискурсивний маркер, оскільки перекладач створює ефект градації і нерозривності між двома висловлюваннями:

(6) *Cl – Years and years of practice. I barely notice the scent anymore." -*

B"Do you think it would be harder if you took a vacation from the hospital for a long time? ***And*** *weren't around any blood?*

К – Роки й роки практики. Я вже майже не помічаю запаху.

Б – Як гадаєте, чи було б вам важче, якби ви взяли відпустку й надовго поїхали звідси? Подалі від лікарні, від крові?

У живому мовленні ці два речення звучатимуть як одне, тоді як в оригіналі дискурсивний маркер, хоча і зберігає цілісність тексту, проте створює більшу дистанцію між двома частинами висловлювання.

Якщо на семантичному рівні ми розглядали лише суто пряме значення маркера та визначали його тип, то на прагматичному рівні слід звернути увагу на види мовленнєвих актів і мотивацію мовців. Отже, прагматичні дискурсивні маркери, на відміну від семантичних, позначають зв'язки між мовленнєвими актами. Залежно від виду цього зв'язку ми розріняємо маркери підстави, висновку і контрасту.

Для того, щоб зрозуміти наслідки опущення дискурсивного маркера в тексті, варто розглянути наступний приклад:

(7) *Edward- (a) I guess I see your point... a little. (b) What would I do without you?*

(10) Едвард – (а) Припустімо, що я зрозумів, до чого ти ведеш… трохи.

(b) Що я робитиму без тебе?

Відсутність дискурсивного маркера, а відтак послаблення когезивного зв'язку у висловлюванні, повністю модифікує мовленнєвий акт на рівні іллокуцій. Частина (b) у прикладі (1) ймовірно відноситься до попереднього висловлювання, проте це складно визначити через відсутність експліцитного елементу когезії. Саме тому є відсутньою і зміна інтенції, відкриття нового сегменту у розмові. Складається враження, що мовець повинен знайти відповідь на питання (b) у попередній частині висловлювання (a).

Якщо два попередні рівні реалізації когерентного зв'язку ми розглядали як локальні, то рівень організації послідовності дій мовця з метою формування діалогічної макроструктури, тематичної структури ми визначаємо як глобальний (переклад наш – О.А.) [8: 35]. Тематичні дискурсивні маркери не позначають зв'язку між суміжними висловлюваннями, а натомість, організовують текст діалогу в цілому.

Дж. Олвуд стверджує, що "важливий аспект когерентності діалогу можна визначити, виходячи з чотирьох основних комунікативних функцій: встановлення контакту, сприйняття, розуміння, інші реакції ставлення". Це означає, що після кожного висловлювання співрозмовник (реципієнт) повинен оцінити, як він бажає продовжувати, сприймати, розуміти або іншим способом реагувати на висловлювання першого співрозмовника (інформанта) (тут і далі переклад наш – А.О.) [4:3].

С.В. Засєкін у своїй праці поділяє тематичні, або, за його термінологією, "топікальні" дискурсивні маркери на ті, що реалізують стратегію актуалізації теми, та такі, що реалізують стратегію відтінення теми. Елементи першої групи засвідчують тематичний зсув у діалозі і сигналізують перехід в нове тематичне русло. Такими дискурсивними маркерами є *well, so, anyway, anyhow, at any rate, still, but, now, look, listen, and another thing, speaking of, as for* [2: 15].

На противагу маркерам стратегій актуалізації теми, елементи *I mean, you see, you know, the thing is, by the way, by any chance,*

for example / instance, what's more, more over, incidentally, more to the point, as a matter of fact складають набір стратегій відтінення теми. Вони надають відповідним сегментам значення другорядності і є водночас додатковим вираженням думки з головного сегменту.

Оскільки часто пов'язані висловлювання у тексті є дистантно розташованими, то дискурсивний маркер *well/що ж* дозволяє встановити зв'язок між пропозиціями і актуалізує нову тему, тобто направляє розмову в нове русло. Цікавим аспектом для нашого дослідження в цьому уривку є відтворення інтонації при перекладі. Перекладач, на відміну від автора оригіналу, репрезентує дискурсивний маркер як окреме речення, тоді як у вихідному тексті він функціонує в одному реченні разом із пропозицією.

В англійському тексті дискурсивний маркер *well* зустрічається набагато частіше, ніж його відповідник в перекладі українською. Це свідчить про те, що в англійській мові цей елемент набуває нових відтінків значення, нового статусу, а саме слугує також для заповнення пауз. Перекладач часто опускає цей маркер у своєму тексті, оскільки для української мови це явище в усному мовленні не є таким поширеним.

(11) *В – **Well,** that changes things.*

(12) *Б – Це все міняє.*

У наведеному уривку при інтерпретації тексту перекладач обирає дослівний переклад, хоча у прикладі (13) *I mean* виконує роль дискурсивного маркера, коли мовець не пояснює, що саме має на увазі, а намагається спрямувати розмову в інше русло, вводить другорядну інформаційну лінію у розмові:

(13) *J – Those guys are insane. Probably showing off how tough they are. **I mean**, really, it's freezing today. That water can't feel good.*

(14) *Дж – Ці хлопці справді божевільні. Вочевидь, хочуть похизуватися, які вони відважні. **Я маю на увазі**, що сьогодні й справді холодно. В таку погоду вода не може бути приємною.*

Розбіжності у вживанні дискурсивних маркерів у вихідному та цільовому текстах безпосередньо свідчать про різне світосприйняття, концептуалізацію світу представниками різних мовних спільнот. Основним завданням висококваліфікованого пе-

рекладача є зберегти зміст тексту оригіналу та надати тексту перекладу природності звучання. Кожна група дискурсивних маркерів має свій прототип, тобто дискурсивний маркер, який зустрічається найчастіше в усному та писемному мовленні. В романі "Сутінки. Молодий місяць" автор здебільшого вживає саме прототипні одиниці, не уникаючи при цьому і повторів. Такий прийом створює ефект живого діалогічного мовлення, якому часто притаманні семантичні зсуви, контекстуальні розриви та паузи. Алгоритм перекладу діалогічного мовлення повинен включати пошук відповідника певного дискурсивного маркера в українській мові, відтворення тексту оригіналу мовою перекладу двома шляхами, один з яких передбачає опущення, а інший – збереження даної одиниці й здійснення семантичних та граматичних трансформацій, модифікацій самого дискурсивного маркера з метою досягнення адекватності перекладу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Гальперин И. Р.* Текст как объект лингвистического исследования / И. Р. Гальперин – М. : Наука, 1981. – 135 с.

2. *Засєкін С. В.* Дискурсивні маркери когерентності англомовного діалогічного тексту: когнітивний та прагматичний аспекти. – Київський національний лінгвістичний університет. – Київ, 2001. – 20 с.

3. *Кондратьєва О. В.* Когезія в аспекті перекаду / Вісник КНУ імені Тараса Шевченка № 14. – Київ, 2013. – 307 с.

4. *Олвуд Дж.* Когезія діалогу. – Університет Гьотеборгу. Швеція, – 11 с. Остин Дж. Слово как действие // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XVII. – М., 1986.– 423 ст.

5. *Селіванова О.* Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. – Полтава: Довкілля – К., 2006. – 716 с.

6. *Blakemore, Diane*. Are apposition markers discourse markers? Journal of Linguistics 32, 1996. 347 p.

7. *Terner M., Fauconnier G*. The way we think: Conceptual blending and the Mind's Hidden Comlexities. – New York. Basic books, 2002. 221 p.

9. *Van Dijk, Teun A*. Recalling and summarizing complex discourse'. In: W. Burghardt and K. Holker, eds., Text processing. Berlin/New York : de Gruyter, 1979. 118 p.

10. *Taylor, J. R.* (ed.), *Linguistic Categorization, Prototypes in Linguistic Theory*, Oxford: Clarendon Press, 1989. 65 p.

Стаття надійшла до редакції 27.04.15

О. С. Андрощук, магистрант
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

Особенности перевода диалогической речи в романе Стефани Майер "Сумерки. Новолуние"

Статья посвящена раскрытию основных особенностей перевода диалогической речи в романе Стефани Майер "Сумерки. Новолуние". Проанализированы различные подходы к понятиям "когерентность" и "дискурсивный маркер". Автор сосредотачивает внимание на изучении роли дискурсивного маркера в сохранении когерентности исходного и целевого текстов.

Ключевые слова: *диалог, когерентность, когезия, дискурсивный маркер, стихомития, когнитивные аспекты перевода, грамматическая конструкция, лексема.*

O. Androshchuk, Master's Degree Stud.
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

On Peculiarities of Dialogue Translation in the Novel "Twilight: New Moon" By Stephenie Meyer

Article is devoted to the revealing of the main peculiarities of dialogue translation in the novel "Twilight: New Moon" by Stephenie Meyer. Different linguistic approaches to the notion of coherence and discourse marker have been analyzed. The author focuses on the study of discourse marker role in preservation of source and target text coherence.

Keywords: *dialogue, coherence, cohesion, discourse marker, stichomythia, cognitive aspect of translation, grammatical construction, lexeme.*

УДК 811:316.77

О. М. Афанасьєва, канд. філол. наук, асист.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ПРИНЦИПИ ДОСЛІДЖЕННЯ РИТУАЛІЗОВАНИХ КОМУНІКАТИВНИХ ПРАКТИК

Статтю присвячено виокремленню та опису принципів дослідження ритуалізованих комунікативних практик. З огляду на складність та багатоаспектність цього явища пропонується інтегрувальний підхід до його дослідження, який виходить із поняття практики у її діяльнісному, соціокультурному та лінгвопрагматичному вимірах.

Ключові слова*: комунікація, практика, ритуал, дискурс, інтегрувальний підхід.*

Сучасна наука постає як постійно оновлювана система, методологічні засади якої зазнають значних трансформацій протягом останніх десятиліть (Т. Кун, П. Бергер і Т. Лукман та ін.). Особливо значущі зміни внесла до теоретичних і методологічних засад сучасної науки постмодерна наукова парадигма (М. Фуко, Ж. Делез, Ж.-Ф. Ліотар), яка поставила під сумнів раціоналістичні постулати картезіанських основ наукового аналізу, змінила погляди на структуру і сутність суб'єктно-об'єктних відношень як в емпіричному, так і в епістемічному планах, показала необхідність міждисциплінарних підходів у пошуковій діяльності, передусім у гуманітарній галузі. У ХХ ст., особливо у другій його половині, відбувається активний взаємовплив і запозичення теоретичних підходів і методів між мовознавством, філософією, гуманітарними науками в цілому. У цьому процесі слід відзначити вплив мовознавчих шкіл структуралізму та функціоналізму на інші науки, формування під цим впливом нових ідей щодо інтерпретації мови, мовленнєвої діяльності у філософії, широкому секторі суспільних наук, які, у свою чергу, сприяли виокремленню нових напрямків, шкіл, дисциплінарних відгалужень у мовознавстві.

Таким чином, як зазначають сучасні мовознавці, гуманітарні науки приречені на політеоретичність [Демьянков 2009, с. 32], а сучасна лінгвістика є поліпарадигмальною, з огляду на те, що представити її об'єкт як автономне утворення дуже складно [Хомутова 2009, с. 148]. Політеоретичність і поліпарадигмальність сучасних мовознавчих досліджень зумовили формування синтезувального, інтегрувального підходу, який Р. Харріс пов'язує з пошуком відповіді на питання: що відноситься до мовного, а що – до немовного планів? З погляду вченого, інтегрувальний підхід у мовознавстві постулюється відносно вимірів комунікативної релевантності, які стосуються всіх форм знаково значущої поведінки у людських спільнотах. Такий підхід можна представити як програму, що розгортається на трьох рівнях – макросоціальному (фактори, які позиціонують комунікацію в певному історичному і культурному контексті і вивчаються пе-

реважно діалектологією та соціолінгвістикою), "біомеханічному" (фактори фізіологічного і фізичного порядку, які визначають параметри комунікації у певній ситуації і стосуються передусім її сенсорних аспектів) і власне інтеграційному, який пізніше автор визначає як обставинний, на якому комунікація розглядається як функція індивідуального досвіду в контексті даної ситуації з її параметрами "де" і "коли", як психоісторія індивіда, яка визначає як ведуться перемовини та продукуються смисли у конкретному комунікативному епізоді. Певні чинники останнього рівня змінюються в ході розвитку комунікативної ситуації, у той час як фактори біомеханічного та мікросоціального планів є більш стабільними [Harris 2002, с. 50–51, 54]. Отже, комунікація є тим виміром людської діяльності, в якому нерозривно поєднано власне мовні і немовні його аспекти і вивчення якого вимагає комплексного інтегрувального підходу. У такій перспективі комунікація розглядається, передусім, як особливий вид людської діяльності і стає об'єктом дослідження не лише мовознавчих, а й соціальних наук – соціальної філософії, соціології, соціальної психології і т.п.

Так формується потреба у поглибленому висвітленні сталих форм комунікації у певній лінгвокультурі, адже такий ракурс дослідження відзначається *науковою новизною*, а отримані в ході наукового пошуку результати можуть мати *теоретичне і практичне значення* для сучасної теорії комунікації, лінгвокультурології, лінгвопрагматики. Отже, *метою* цієї статті є виявлення та опис тих принципів і критеріїв дослідження, які слугуватимуть основою для інтегративного розгляду ритуалу як особливого виду діяльності (практики), який поєднує праксисні, комунікативні, дискурсивні аспекти. Саме тому ми обрали *об'єктом* цієї розвідки – ритуалізовані практики як соціокомунікативне явище, а її *предметом* – загальнотеоретичні принципи їх вивчення у площині сучасних наукових міждисциплінариних підходів. Ці результати слугуватимуть підґрунтям для розробки методології дослідження, його установчих засад.

Загальнодіяльнісна парадигма включає як інструментальні, виробничі, так і інституційні, когнітивні і семіотичні види діяльності. У цій галузі гуманітарних наук у ході її становлення та розвитку відбулося вирізнення поняття *практики* як інтегративного за своєю сутністю. Поряд із лінгвістичним або дискурсивним переворотом у науковій парадигмі другої половини XX ст. здійснюється також так званий прагматичний переворот, ініційований Л. Вітгенштайном та Дж. Остіном, та пов'язаний з ним *practice turn* – переворот, спрямований до вивчення суспільних практик, який Т. Шацкі характеризує таким чином: "Вчені раніше говорили про "структури", "системи", "значення", "життєвий світ", "події" і "дії", позначаючи ними основні загальні соціальні предмети. Сьогодні багато теоретиків не меншої значущості надають поняттю "практики". Різноманітні посилання на практики чекають сучасних вчених у різних дисциплінах, починаючи від філософії, теорії культури, історії, до соціології, антропології та досліджень науки і технологій" [The Practice Turn 2005, p. 10]. У свою чергу, Ш.Ортнер зазначає, що останнім часом спостерігається зрослий інтерес до аналізу, сфокусованого на таких пов'язаних між собою поняттях, як *практика, праксис, дія, взаємодія, діяльність, досвід, здійснення (перформанс*). Інший ряд понять сфокусовано на діячеві та тому, що він робить: "агент", "актор", "особа", замість "індивід", "суб'єкт" [Ortner 1984, c. 144].

У такій дослідницькій перспективі практики стають, з одного боку, привілейованим об'єктом вивчення, а з іншого – формують нову методологію дослідження, яка, як зазначають В. Волков та О.Хархордін, символізувала пошук компромісу між об'єктивізмом системно-структуралістського підходу і суб'єктивізмом феноменології та спробу запропонувати "третій шлях", як, наприклад, у соціальних теоріях Е. Гідденса або П. Бурдьє [The Practice Turn 2005, c. 11]. Останній визначає практики як діалектичне місце *opus operatum* і *modus operandi* – об'єктивований та інкорпорований продукт практичної історії, структури та габітуси [Бурдье 2001, с. 102]. Узагальнене визначення практики надає і Ш. Ортнер, для якого, у широкому сенсі, практика – це все, що роблять люди, всі форми людської діяльності. Водночас, зазви-

чай, практики розглядаються з певного ракурсу, наприклад як політичні практики, або за агентивними критеріями (колективні або індивідуальні практики, практики, властиві жінкам, робітникам, молоді і т.п.) [Ortner 1984, с. 149]. Ч. Тейлор ставить наголос на соціальному вимірі практик, визначаючи їх, як способи соціальних відношень, взаємних дій [Taylor 1971, с. 27]. У свою чергу, К. Баркер позиціонує практики як спосіб щось зробити, дію, застосування чи здійснення, які зумовлено наміром, звичкою чи рутиною [Barker 2004, с. 163].

Одним із засновників такого нового праксисного підходу є Т. Шацкі, сучасний американський філософ, який формує теорію практики на основі "нової соціетальної суспільної онтології" з метою подолання дуалізму онтологічного індивідуалізму/холізму щодо основних питань про структуру і характер соціальної реальності [Višňovsky 2009, с. 390]. Т. Шацкі називає цю нову онтологію "локаційною онтологією" (*site ontology*), де локація тлумачиться як тип контексту, в якому відбувається суспільне життя, і соціальні структури як його складові. Компонентами локації є місце, час, вид діяльності та набір явищ, частиною яких є, зокрема, соціальне явище [там само]. Виходячи з цієї онтології, дослідник уводить поняття "локації соціального" (*the site of the social*), яка представляє сукупність практик та їх облаштувань, поширених по всій земній кулі і змінних у часі. Будь-яке соціальне явище є частиною або аспектом цієї сукупності [Schatzki 2011]. Таким чином, соціальна сфера є місцем, де практики є втіленими, матеріально переплетеними та централізовано організованими навколо їх спільного практичного розуміння. Ця концепція контрастує з теоріями, які на перше місце ставлять індивідів, (взаємо)дію, мову, системи позначення, життєвий світ, інституції/ролі, структури або системи визначення соціального. Ці явища, як вважають теоретики практик, можуть бути проаналізовані тільки за допомогою практичної сфери. Дії, наприклад, закладено в практиках, так само, як і самих індивідів. Крім того, мова – це вид (дискурсивної) діяльності і, отже, є практичним явищем, у той час, як інституції та структури здійснюють на неї свій вплив [The Practice Turn 2005, с. 12].

Слід відмітити, що цей прагматичний, праксисний переворот в суспільних науках засновується на аналізі влади М. Фуко, майже всі роботи якого, з цього погляду, можна розглядати як приклад фронетичної соціальної науки [Višňovsky 2009, с. 393]. З методологічної точки зору, фронетична соціальна наука дає певні діяльнісні "інструкції", які ні в якому разі не є "методичними вказівками", а скоріше "індикаторами напрямку". Ці індикатори є переосмисленням ідей М. Фуко у річищі теорії практик, серед яких:

– зосередження уваги на цінностях (контекстуалізм, ситуативність, соціальне та історичне визначення тлумачень і герменевтичних горизонтів);

– влада як основа аналізу (влада, як продуктивний чинник, мережа всюдисущих відносин, її співвідношення з соціальним статусом, знаннями, раціональністю, шаблони влади);

– зближення з реальністю (релевантність фронетичних досліджень у вирішенні конкретних соціальних проблем, дослідник як складова досліджуваних явищ, занурення в повсякденну практику);

– першочергова увага до практик, а не до дискурсу (аналіз практики є більш фундаментальним, ніж аналіз дискурсу або теорії);

– вивчення випадків і контекстів (тематичні дослідження та їх контексти, потреба в щоденних "іграх", дотримання конкретики);

– наративний аналіз, основним питанням якого є "як?" (генеалогічні пошуки);

– поєднання диспозитивів і структур (диспозитиви в рамках структури і структури в диспозитивах);

– ведення діалогу та поліфонія (непривілейоване становище і правда, відсутність прагнення до кінцевої теорії, міжсуб'єктність) [там само, с. 394].

Таким чином, переосмислюються такі значущі для сучасних мовознавчих функціонально-комунікативних та дискурсологічних теорій поняття *контексту, ситуації, агентивності, розуміння, значення, смислу,* які, у їх більшості, сучасні суспільні науки запозичили з тих же мовознавчих джерел.

Сучасні дослідники суспільних практик виокремлюють переважно такі концептуальні осередки, які відносяться до емпірич-

ного феноменального та комплексного, синтезувального пошукового планів. Такими є, зокрема, поняття *повсякденності* (М. Хайдегер, Г. Райл), *диспозитиву* (М. Фуко), *габітусу* (М. Мосс, П. Бурдьє)*, соціального простору, соціального поля, соціального капіталу, символічної влади* (П. Бурдьє) тощо.

М Фуко, який увів поняття диспозитиву (*dispositif*) у 70-х рр. XX ст., визначає його як "гетерогенну єдність, яка включає дискурси, інституції, архітектурні облаштування, регламентувальні рішення, закони, адміністративні заходи, наукові висловлення, філософські, моральні, філантропічні пропозиції тощо. Сам диспозитив є мережею, яку можна встановити між цими елементами". У той же час, під диспозитивом учений розуміє формацію, яка у певний історичний момент має головною метою відповідати нагальним викликам і, отже, має визначальну стратегічну функцію [Foucault 1994, c. 299].

Поняття диспозитиву використав і П. Бурдьє у своїй теорії габітусу, яку широко використовуються сучасні суспільні науки. Сам автор визначає його у такий спосіб: "габітуси – системи стійких і переносимих диспозицій, структуровані структури, схильні функціонувати як структурувальні структури, тобто як принципи, що породжують та організують практики й уявлення, які можуть бути об'єктивно адаптовані до їх мети, однак не передбачають усвідомленої спрямованості на неї і обов'язкового засвоєння необхідних для її досягнення операцій. Вони об'єктивно "слідують правилам" та є "упорядкованим", однак, ніякою мірою не є продуктом підкорення правилам, а отже, як колективно керовані, не є продуктом організаційного впливу такого собі диригента" [Бурдье 2001, с. 103].

Саме габітус лежить в основі ґенези системи практик, яка, з погляду вченого, здійснюється в і через конфронтацію – одночасно необхідну і непередбачувану – габітусу і події. Габітус як мистецтво винаходу дозволяє продукувати нескінченно велике число практик, водночас відносно непередбачуваних, як і відповідні ситуації, та обмежених у своїй різноманітності. Отже, практики тяжіють до відтворення закономірностей, властивих умовам, в яких було сформовано їх породжувальне начало, але при цьому

співвідносяться з вимогами ситуації, яка визначається когнітивними та мотивувальними структурами, що входять до складу габітусу [там само, с. 108–109].

Таким чином, регулярно повторювані, зазвичай повсякденні і неусвідомлені діяльнісні структури становлять тло, фон, на якому вирізняється подія як їх порушення, трансформація. Так, визначальними для поняття габітусу стають категорії регулярності та відтворюваності, агентивності та цілеспрямування, опозиції фоновості та вирізнення. Габітуси можуть бути як індивідуальними, так і колективними, вони є продуктами історії, традиції, попереднього досвіду [там само, с. 108–106].

З погляду А.Реквіца, дискурсивні практики є одним із типів практик серед інших та структурно від них не відрізняються. Вони набувають різних форм, у яких світ значеннєво конструюється в мові та інших знакових системах. Як практики, вони мають бути чимось більшим за ланцюжок знаків або комунікацію, але не є ідентичними мовленнєвим актам. Вони включають тілесні моделі, рутинізовані ментальні форми діяльності – форми розуміння, знання "як" (включно з граматикою та прагматичними правилами вжитку), мотивацію та, крім усього, предмети (від звуків до комп'ютерів), пов'язані між собою [Reckwitz 2002, с. 254–255].

У рамках сучасної теорії практики ці останні поділяються на дисперсні та інтегровані, розглядаються як мережі та їх нексуси [Schatzki 1996, с. 91–109]. Ці положення знайшли своє відображення в новому напрямку дискурсології – медіативному (*mediated discourse analysis*), який спрямовано на дослідження дискурсивних практик у їх взаємодії з власне акціональними. Спираючись на теорію практик та виходячи з нексусного ядра інтегрованої практичної діяльності, Р. Сколон ілюструє цей підхід прикладом такої поширеної практики, як "випити чашку кави", де сама чашка як медіатор цієї практики виступає у ролі складного семіотичного комплексу щонайменше семи різних типів дискурсу [Scollon 2001, с. 2]. До основних понять цього нового підходу дослідник відносить медіатизовану дію, локацію залучення, засоби медіатизації, практику та її нексус. Так нексус *designer coffee shop* має включати такі елементи, як оцінні прак-

тики, практики замовлення (розрізнення *caffe latte, café au lait, regular coffee with milk, cappuchino*), практики споживання (наодинці з газетою або спілкуючись із друзями), дискурсивні практики (бути здатним відповісти на питання "whole or skim?", знати, що "tall" означає найменшу чашку у продажу, а "for here" позначає порцелянову, а не паперову чашку), фізичні просторові практики (місце в черзі не співпадає з місцем обслуговування) і т. п. [там само, с. 3]. Таким чином, до основних принципів дослідження у медіативному річищі Р. Сколон відносить такі:

– дискурс і практика є взаємно конститутивними;

– локація залучення (локус медіатизованої дії) є історичним наслідком практик та габітусів соціальних акторів;

– засоби медіатизації конструюються всередині практик;

– зв'язок дискурсу і практики не є прямим, а здійснюється через нексус практик, який є джерелом соціальної ідентичності суспільних акторів [там само, с. 16].

Слід зазначити, що значну увагу дослідники практик приділяють так званим рутинним практикам, які позначають також як фонові, частково чи майже цілком неусвідомлені, та включають до них і комунікативно-дискурсивну діяльність. З погляду теорії практики мова існує лише у своєму (рутинизованому) вжитку: у дискурсивних практиках учасники надають, у рутинизований спосіб, певні значення певним предметам (які таким чином стають знаками), щоб зрозуміти інші предмети і, головно, щось здійснити [Reckwitz 2002, с. 255]. З іншого боку, особливу увагу сучасних дослідників привертають ритуалізовані форми діяльності, поведінки, комунікації, які теж засновано на регулярності, повторюваності, дотриманні норм і традицій. Таким чином, комунікативний вимір охоплює різні форми і види спілкування – від рутинних повсякденних практик до ритуалів, дослідження яких є неможливим без поміщення до міждисциплінарної перспективи та відповідного політеоретичного поля пошуку. Одним із таких вимірів може служити поняття ритуалізованих комунікативних практик, що дозволяє включити до нього широкий спектр видів діяльності, які розрізняються за рівнем, формами, способами рутинізації, стереотипізації або вирізнення (ритуалізації) на певному праксисному тлі, за критеріями значущості, за

комунікативними особливостями та типами смислопородження, які водночас утворюють системну єдність, характерну для певної спільноти. Таким чином постає питання про ті ознаки, які відрізняють повторюваність і регулярність рутинної діяльності (у тому числі комунікативної, дискурсивної) від ритуалізованої.

Проблема дослідження ритуалу у його соціальних, культурних, комунікативних, семіотичних вимірах привертає особливу увагу сучасних дослідників (див праці А. Ван Генепа, Е. Дюркгайма, К. Леві-Строса, Е. Ліча, Б. Малиновського, М. Мосса, А. Редкліфа-Брауна, У. Робертсона-Сміта, В. Тернера, Дж. Фрейзера, М. Еліаде, Е. Гофмана, А. Байбуріна та багатьох інших). Опис ритуалу може здійснюватися за різними принципами та на основі застосування різних підходів і методів, у методологічній площині тієї чи іншої наукової традиції чи наукової школи. Так, ритуал вивчався і вивчається передусім у його соціальному вимірі, у перспективі філософсько-соціологічного пошуку, спрямованого на виокремлення тих ознак ритуалу, які характеризують його як соціальне явище. Широка суспільна дослідницька перспектива включає і такі галузі як етнографія, антропологія, культурологія, релігієзнавство, історіографія. Цей науковий інтерес та актуальність таких досліджень зумовлено засадничою роллю ритуалу у формуванні соціуму, його культури та їх функціонуванню в різні епохи, на чому наголошували відомі учені у своїх працях, присвячених цій проблематиці. Так, В. Топоров зазначає, що "ритуал був основною, найбільш яскравою формою суспільного буття людини і головним втіленням людської здатності до діяльності, потреби в ній. У цьому сенсі ритуал потрібно розуміти як прецедент будь-якої виробничо-економічної, духовно-релігійної та суспільної діяльності, їх джерело, з якого вони розвинулись, … головна сфера реалізації соціальних функцій колективу" [Топоров 2010, с. 17].

Водночас одним із найважливіших аспектів ритуалу є комунікативний, на чому наголошував Е. Гофман "Я використовую термін "ритуал", – пише вчений, – тому що ця діяльність, хоча і є неофіційною і світською, являє спосіб, у який людина повинна зберігати і створювати символічне приховане значення для своїх

дій в безпосередній присутності об'єкта, який має для неї особливе значення" [Goffman 1956, с. 478]. Такий підхід засновано на потрактуванні ритуалу як особливого виду діяльності, передусім як певної соціальної і комунікативної практики, прийнятої у тому чи іншому соціумі.

До основних ознак, які вирізняють ритуал з-поміж інших видів діяльності, зокрема технічних, У. Уорнер відносить їх соціальну символічну цінність: "Одна з фундаментальних відмінностей між трудовими навичками та ритуальними актами, – пише він, – полягає в тому, що перші є безпосередньо цінними й утилітарними за самою своєю природою і визнаються такими, тоді як останні вторинно (тобто символічно) виражають соціальну цінність певного компонента соціальної поведінки" [Уорнер 2000, с. 592].

З погляду Р. Граймса, дії можуть бути ритуалізовані шляхом:

– їх традиціоналізації, зокрема, оголошенням того, що вони були засновані предками у давні часи;

– їх возвеличення за допомогою асоціацій з освяченими цінностями, які сформували націю та вказують на існуючий та належний порядок речей;

– їх повторення – знову і знову та у той самий спосіб – і, тим самим, закріплення в житті спільноти чи особи;

– їх виділення, тобто представлення як рідкісних або унікальних подій;

– їх стилізації, тобто проведення як урочистого святкового дійства;

– взяття участі в них з проявами незвичайної поведінки або в особливому ментальному стані, наприклад споглядання чи трансу;

– заклику до сил, які вимагають пошани чи поклоніння – божеств, королівських осіб, духів тощо;

– надання їм особливої сили чи впливу;

– їх поміщення в особливе місце / час;

– їх виконання спеціальними кваліфікованими особами [Grimes 2014, с. 194].

Цей опис шляхів і способів ритуалізації показує формування, за умови здійснення всіх цих умов, ритуалу у найповнішому

його вияві як церемоніалу. Проте, у житті будь-якої спільноти поряд із власне ритуалами церемоніального типу існує велика кількість форм діяльності та спілкування, які мають різний ступінь ритуалізації (за певною скалярною шкалою) аж до фактичного зникнення ознак ритуалу в рутинних практиках технічного спрямування. Таким чином, перед дослідником ритуалізованих комунікативних практик постає питання вирізнення та опису власне діяльнісних ознак ритуалу, виявлення їх комунікативної специфіки, лінгвокультурних та лінгвопрагматичних особливостей та способів взаємодії з іншими суспільними практиками.

До критеріїв вирізнення, опису і подальшої типологізації ритуалізованих комунікативних практик як в емпіричній площині (як факту, явища), так і в площині теоретичній (як моделі) відносимо параметризацію їх типологічних та диференційних ознак шляхом інтеграції таких наукових парадигм:

– загально діяльнісної або акціональної (філософія, соціологія і психологія діяльності, праксематика, теорія практики),

– поведінкової (соціальна психологія, соціальна антропологія, лінгвокультурологія, психологія спілкування, психолінгвістика),

– соціетальній (соціальна філософія, соціологія),

– культурологічній (антропологія, етнографія, культурологія, лінгвокультурологія),

– комунікативній (теорія комунікації, лінгвопрагматика, лінгвопсихологія мовленнєвої діяльності і т.п.),

– семіотичній (семіотика, лінгвістика),

– дискурсивній (сучасні дискурсологічні школи).

Ці теоретичні засади і відповідні методологічні критерії можуть служити основою для розробки комплексного інтегрувального підходу, осердям якого виступає поняття практик, у дослідженні яких синтезуються вищезазначені аспекти пошуку. Кожна з цих парадигм у той чи інший спосіб включає іншу, посилається на неї, але акцентує увагу на визначених в її рамках напрямках та концептуальних засадах дослідження. Для нашого пошуку центральними є комунікативний, семіотичний і дискурсивний виміри, що дозволить описати та проаналізувати досліджуване явище

у комплексі його різноманітних аспектів та виявити основні типологічні лінгвокультурологічні та лінгвопрагматичні ознаки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Бурдье П.* Практический смысл / Пьер Бурдье. – СПб. : Алетейя, 2001. – 562 с.

2. *Волков В. В.* Теория практик / Вадим Викторович Волков, Олег Валерьевич Хархордин.– СПб : Изд-во Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2008. – 298 с.

3. *Демьянков В. З.* Парадигма в лингвистике и теории языка / Валерий Закиевич Демьянков // Горизонты современной лингвистики: Традиции и новаторство : Сб. в честь Е. С. Кубряковой. – М.: Языки славянских культур, 2009. – С. 27–37.

4. *Топоров В. Н.* Мировое дерево : Универсальные знаковые комплексы / Владимир Николаевич Топоров. – Т. 2. – М. : Рукописные памятники Древней Руси, 2010. – 496 с.

5. *Уорнер У.* Живые и мертве / Уильям Уорнер. – М., СПб : Университетская книга, 2000. – 671 с.

6. *Хомутова Т. Н.* Научные парадигмы в лингвистике / Тамара Николаевна Хомутова // Вестник Челябинского государственного университета. – 2009. – № 35 (173). Филология. Искусствоведение. Вып. 37. – С. 142–151.

7. *Barker C.* The SAGE Dictionary of Cultural Studies / Chris Barker. – SAGE Publications, 2004. – 240 p.

8. *Foucault M.* Dits et Ecrits II. 1976–1979 / Michel Foucault. – P. : Gallimard, 1994. – 1736 p.

9. *Goffman E.* The Nature of Deference and Demeanor / Erving Goffman // American Anthropologist, – № 58, 1956. – P. 473–502.

10. *Grimes R. L.* The Craft of Ritual Studies / Ronald L. Grimes. – Oxford University Press, 2014. – 432 p.

11. *Harris R.* On Redefining Linguistics / Roy Harris // Rethinking Linguistics: Routledge Advances in Communication and Linguistic Theory. – Routledge, 2002. – P. 17–68.

12. *Ortner S. B.* Theory in Anthropology since the Sixties / Sherry B. Ortner // Comparative Studies in Sicuety and History. – 1984. – Vol. 26, No 1.– P. 126–166.

13. *Reckwitz A.* Toward a Theory of Social Practices: A Development in Culturalist Theorizing / Andreas Reckwitz // European Journal of Social Theory. – 2002. – Vol. 5(2), – P. 243–263.

14. *Schatzki T. R.* Social Practices: A Wittgensteinian Approach to Human Activity and the Social / Theodore R. Schatzki. – Cambridge University Press, 1996. – 248 p.

15. *Schatzki T. R.* Where the Action Is (On Large Social Phenomena Such as Sociotechnical Regimes) / Theodore R. Schatzki. – Working Paper 1, 2011. – Режим доступу: http://www.sprg.ac.uk/uploads/schatzki-wp1.pdf.

16. *Scollon R.* Mediated Discourse The nexus of practice / Ron Scollon – L., N.Y. : Routledge:, 2001. – ix +183 p.

17. *Taylor C*. Interpretation and the Sciences of Man / Charles Taylor // Review of Metaphysics, V. 25(1), 1971. – P. 3–51.

18.The Practice Turn in Contemporary Theory / Ed. by T.R. Schatzki, K. Knorr C. and E. von Savigny – L., N.Y.: Routledge, 2005. – 252 p.

19.*Višňovsky E*. The Practice Turn" in the Contemporary Socio-human Sciences / Emil Višňovsky // Human Affairs. – 2009. – Vol. 19. – P. 378–396.

Стаття надійшла до редакції 27.04.15

О. Н. Афанасьева, канд. филол. наук, ассист.
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

Принципы исследования ритуализованных коммуникативных практик

Статья посвящена выделению и описанию принципов исследования ритуализованных коммуникативных практик. Учитывая сложность и многоаспектность этого явления, предлагается интегративный подход к его исследованию, который исходит из понятия практики в ее деятельностном, социокультурном и лингвопрагматическом измерениях.

Ключевые слова: *коммуникация, практика, ритуал, дискурс, интегративный подход.*

O. Afanasyeva, Cand. Phil. Sci., Assistant Prof.
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

Research criteria for ritualized communicative practices

The article is devoted to the description of the principles of delimitation and description of ritualized communicative practices. Given the complexity and multidimensionality of this phenomenon it is studied through the integrative approach which uses the concept of practice in its actional, socio-cultural, linguistic and pragmatic dimensions.

Keywords: *communication, practice, ritual, discourse, integrative approach.*

УДК 811.11'42=111

О. В. Бабире, канд. філол. наук, асист.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

КОНЦЕПТ *SUSTAINABILITY* У СУЧАСНІЙ КОРПОРАТИВНІЙ КУЛЬТУРІ

Стаття присвячена аналізу концепту SUSTAINABILITY як когнітивної одиниці в англомовному корпоративному дискурсі. На матеріалі звітів

про корпоративну соціальну відповідальність розглядається інформаційний зміст концепту та особливості його інтерпретаційного поля.

Ключові слова: *сталий розвиток; корпоративний дискурс; концепт; інформаційний зміст; інтерпретаційне поле; економічна сталість; екологічна сталість; соціальна сталість; звіт про корпоративну соціальну відповідальність; холізм.*

Події останніх десятиліть XXI ст. доводять, що земна біосфера має досить обмежені можливості і не може ефективно функціонувати в умовах надмірного згубного впливу людської діяльності. Станом на 2014 р. у Світовому океані знаходиться 268 тис. т сміттєвих материків, від забруднення повітря померло 7 млн людей, а ризик великої кількості опадів в зимовий час підвищився на 25 % порівняно з доіндустріальною епохою. Конструктивною реакцією суспільства на процес деградації екологічної системи внаслідок антропогенного впливу стало формування парадигми сталого розвитку, про значимість якої свідчать дії на найвищому політичному рівні. Так, у листопаді 2014 р. президенти США і Китаю підписали угоду про скорочення парникових газів на 26–28 % до 2025 р., а Папа Римський Франциск у 2015 р. планує видати енцикліку, що закликатиме вірян допомагати у вирішенні природоохоронних і соціальних проблем, що впливають на стан навколишнього середовища.

Результатом якісних змін у політиці на рівні держав і корпорацій, а також впливу екологічних і соціальних організацій на розуміння глобальних і локальних екологічних проблем є все більша популяризація поняття *sustainability*. В основі цього базового для екологічного дискурсу поняття лежить досить складна, багатоаспектна і суперечлива проблема розвитку людства в майбутньому. Термін *sustainability*, утворений шляхом телескопії *sustain* + *ability*, і його еквівалент *sustainable development* увійшли в активне вживання у політичних колах після публікації доповіді "Наше спільне майбутнє" Міжнародною комісією з навколишнього середовища і розвитку у 1987 році. Класичним вважається визначення, озвучене на Саміті Землі в Ріо-де-Жанейро: "Сталий розвиток – це довгостроковий постійний розвиток суспільства, спрямований на задоволення потреби людст-

ва зараз і в майбутньому за допомогою раціонального використання та поповнення природних ресурсів зі збереженням при цьому Землі для майбутніх поколінь" [Agenda 21 1992, 4].

Уже в 1995 році М. Джейкобс нарахував 386 визначень терміна, орієнтованих на різні сфери – екологічну, економічну, соціальну, політичну, технічну тощо [Jacobs 1994, 15]. Результатом багатовекторності, широкої семантики поняття, можливості нових потенціальних інтерпретацій і реінтерпретацій є метафоричні порівняння *sustainability* з:

– a fable of the blind men touching the elephant: індійська байка розповідає про сліпих, які, торкнувшись слона з різних сторін, мають різні уявлення про одну і ту ж тварину. Проводиться паралель з множинністю інтерпретацій поняття сталого розвитку;.

– a snake-like concept, whose twists and coils are difficult to pin down. Сталий розвиток порівнюється зі змією, чиї кільця, як і значення *sustainability*, важко порахувати через постійний рух рептилії;.

– skin of a living organism, which is metamorphic. Полісемантичність *sustainability* у цьому випадку схожа на шкіру живої істоти, що постійно оновлюється.

Смисловий поліфонізм, предметне різноманіття і водночас фундаментально орієнтована значущість поняття *sustainability* дають підстави розглядати його як таке, що має концептуальний характер. Принциповими критеріями для виділення концепту SUSTAINABILITY стають його загальнокультурне і етноспецифічне значення, конденсація колективної свідомості і численні вербальні колокативні асоціації, характерні для його конструктивної сутності.

Популярність екотренду, "зелених ініціатив" і концепту сталого розвитку вплинули не лише на свідомих громадян. Важливість екологічного регулювання розуміють і маркетологи та іміджмейкери, які часто настільки активно доводять корпоративну "екосталість", що компанії нерідко обвинувачуються у "зеленому піарі" (*greenwashing*). Газета "The Guardian" пише, що слово *sustainability* деякі люди в кращому випадку асоціюють з *eco-babble* і називають *buzzword* або *eco-boring word*, а в гіршому

– *dirty word* [The Guardian 2015]. Через його широку семантику *sustainability* часто порівнюють з *serendipity*.

У межах сучасної корпоративної культури однією з останніх тенденцій є часткова заміна концепту SUSTAINABILITY концептом HOLONOMICS, про що свідчить уже сама назва книги Саймона Робінсона та Марії Мораес Робінсон – "Holonomics: Business Where People and Planet Matter" (2014). Голономне мислення поєднує у собі здобутки таких наук, як філософія, фізика, біомімікрія, аналіз життєвого циклу і маркетинг. Слово *holonomics* утворене шляхом блендингу слів *wholeness* і *economics*. Подібно до триєдиної концепції поняття сталого розвитку (соціум, довкілля, економіка), інформаційний зміст концепту HOLONOMICS складає тріада: *Dynamics of Seeing*, *Dynamics of Nature* і *Dynamics of Business*. "Динаміка бачення" полягає у розумінні нашого зв'язку зі світом природи через сенсорику та інтуїцію, усвідомленні цілісності природи. В межах "динаміки природи" людина намагається зрозуміти складні природні процеси, що відбуваються у світі навколо. "Динаміка бізнесу" предбачає превалювання духовних цінностей (*truth*, *love*, *peace*, *right-action*, *non-violence*) над короткостроковою максимізацією прибутку.

Деякі інтернет-користувачі (зокрема, блог "Climate Etc."), говорячи про неефективність концепції сталого розвитку, прямо закликають: "Forget sustainability – it's all about resilience", протиставляючи стійкість (*sustainability*) пружності (*resilience*). На відміну від концепту SUSTAINABILITY, що базується на ідеї досягнення стійкої рівноваги завдяки технологічним і соціальним змінам, концепт RESILIENCE передбачає не можливість знаходження балансу, а розумні та гнучкі способи протидії невизначеності світу (природнім катаклізмам, наприклад).

Усвідомлюючи деяку "виснаженість" поняття *sustainability*, представники корпоративного брендингу активно шукають йому заміну, і гасло конференції "Sustainable Brands 2014", що проходила у Лондоні, "Reimagine, redesign, regenerate" (рис. 1) лише чергове цьому підтвердження.

Рис. 1

Незважаючи на те, що концепт сталого розвитку все частіше дискредитується і стає "синонімом всього позитивного" [Kiss 2009, 32], що вмотивовано певною нечіткістю його структури, "розмитістю" концептуальних меж і його проективною природою [Ciegis, Streimikiene 2005, 8], значимість для сучасної комунікації на екотематику концепту SUSTAINABILITY, який продовжує бути фундаментальною основою панівної світоглядної ідеології, не варто недооцінювати.

Оскільки концепт є "багатофакторною дискретною одиницею" [Никитин 2004, 55], важливим стає питання його структури. З.Д. Попова та І.А. Стернін виділяють такі три базові структурні елементи як образ, інформаційний зміст та інтерпретаційне поле [Попова, Стернин 2007]. Говорячи про структуру концепту, О.О. Селіванова визначає її як складну ментальну репрезентацію, утворену кількома каузально пов'язаними елементарними репезентаціями, які, в свою чергу, формуються внаслідок первинної взаємодії людини з середовищем [Селиванова 2000, 215].

Варто зазначити, що більшість дослідників виокремлює в складі концепту образ, певне інформаційно-поняттєве ядро і деякі додаткові ознаки, що свідчить про принципову подібність у розумінні структури концепту в різних наукових школах.

Скориставшись структурою концепту, запропонованою З.Д. Поповою та І.А. Стерніним, і проаналізувавши сучасні тенденції розвитку концепту SUSTAINABILITY як когнітивної одиниці, можна виокремити когнітивні ознаки, які визначають основні риси поняття, що концептуалізується (інформаційний зміст), та особливості інтерпретаційного поля, у межах якого інтерпретується інформаційний зміст концепту.

Основою концепту сталого розвитку є ефективна взаємодія трьох важливих аспектів людського життя – економічного, соціального та екологічного, тому інформаційний зміст концепту SUSTAINABILITY складають *economic sustainability*, *social sustainability* і *ecological sustainability*.

Особливості інтерпретаційного поля складника **economic sustainability** відображають лексичні одиниці на позначення сучасної економіки: ecological economy, new economy, knowledge economy, information economy, green economy, blue economy, sharing economy, restoration economy, regenerative economy, circular economy і т. д.

Ecological sustainability вербалізується за допомогою таких лексичних одиниць, як: environmental integrity, environmental management, conservation, sustainable yield, land & soil, air & climate pollution, water cycle, global warming, greenhouse gases, climate change, biodiversity, deforestation тощо.

Інтерпретаційне поле **social sustainability** окреслюють: non-discrimination, equity of access to key services, equity between generations & disparate cultures, access to education & knowledge, health & sanitation, political participation of citizens, community ownership і т. д.

Складна інтегрована природа концепту (*triple bottom line* – принцип триєдності соціальної, екологічної і екологічної складових частин) і відповідність сучасним потребам людства дають підстави розглядати *sustainability* як "мегатренд" [Lubin, Esty 2010, 42], реакцією на популярність якого став активний процес адаптації корпоративної політики до вимог сталого розвитку. Сьогодні щорічні звіти про корпоративну соціальну відповідальність (*Corporate Sustainability Report*) є основними офіційними документами, за допомогою яких компанії оприлюднюють свої фінансові, екологічні і соціальні досягнення, серед яких традиційними вже стали такі рубрики, як "доходи чи збитки від економічної діяльності для третіх осіб" (*externalities*), інтеграція екологічно дружніх технологій в систему виробництва і збуту, вплив на біорізноманіття, здоров'я і безпека робітників, етнічне і соціокультурне різноманіття, боротьба з корупцією тощо. Звіти про корпоративну соціальну відповідальність стають дієвим засобом проектування екологічно дружнього бренду, ефективним інструментом позитивного іміджмейкінгу, результатом чого є лояльність з боку споживачів і державних організацій [Ihlen

2009, 253]. На жаль, публічне лобіювання проекологічних інтересів не завжди означає реальну діяльність: "…часто підприємства, що сильно забруднюють навколишнє середовище, публікують навіть більше інформації про свою екологічно орієнтовану діяльність" [Jose 2007, 310].

Вагомими гравцями на "екологічній арені" стають індустрії, які по своїй суті не можуть називатися екологічно дружніми: автобудівельна, енергетична, вугільна, нафтопереробна, хімічна і т. д. [Vlasic 2011]. Оскільки їхня продукція або послуги є джерелом можливих екологічних проблем, компанії намагаються модифікувати і подати концепт SUSTAINABILITY у вигідному їм ракурсі, тому їхні звіти про корпоративну соціальну відповідальність є особливо продуманими, а тому цікавими з точки зору вибору мовних засобів персуазивності.

Звіти про корпоративну соціальну відповідальність часто починаються з риторичних питань, що одразу ж залучає читача до діалогу. Так, корпорація "Кока-кола" у своєму звіті за 2011/12 р.р. спочатку ставить запитання: "How can a drink build a more sustainable tomorrow?" і одразу ж відповідає на нього: "We will ***deliver for today,*** growing ***a low-carbon, zero waste business***, and ***inspire*** change ***for*** a more ***sustainable tomorrow***". Антонімічна пара *today* і *tomorrow*, контекстуальне протиставлення *deliver* й *inspire* дозволяють виразніше підкреслити особливості корпоративної політики. Крім того, компанії з самого початку намагаються позиціонуватися себе як такі, що кардинально змінили пріоритети. Так, корейська залізнична компанія "Korail" називає себе "Global Green Cultural Service Provider" і, таким чином, підвищує свою роль у суспільсті.

Оскільки образ екологічно дружнього підприємства стає все поширенішим і більш звичним, компанії, боячись "загубитися" серед проекологічних компаній-конкурентів, все частіше "абсолютизують" свою роль у підтримці сталого розвитку за допомогою позитивно забарвлених оцінних лексем, яким властива контекстуальна аксіологічність, у поєднанні з присвійним займенником зі значенням інклюзивності *our*. У створенні персуазивного ефекту важливу роль відіграють мовні засоби зі значенням вищості, переваги над іншими (*key*, *utmost*, *central*, *global*, *leading*, *ultimate*, *every*):

– These achievements ***reflect our utmost accomplishments*** of our global network of GM engineering centers and research laboratories (GM 2013/14, c. 21).

– ***Our key factor for success*** has been leveraging investments in sustainable innovation (GM 2013/14, c. 7).

– ***Our global strategy*** is driven by a focus on energy alternatives and advanced technologies that could reduce and/or displace petroleum (GM 2010/11, c. 53).

– ***Technological innovation is central*** to our strategy to develop sustainable solutions that meet current and emerging market needs (Ford 2010/11, c. 5).

- ***A leading role in:***

We have played a leading role in scientific research to establish the contribution of vehicles to climate change.

(Ford 2013/14, c. 108)

Рис. 2

- ***Our ultimate responsibility:***

We have learned that sustainability feeds our bottom line and that sustaining a profitable business is our ultimate responsibility.

(GM 2010/11, c. 4)

Рис. 3

- ***For every purpose*:**

(GM 2010/11, c. 4)

Рис. 4

• We are making ***unmerciful progress*** – and respected industry research assessments confirm it (GM 2013/14, с. 66). У цьому прикладі прикметник *unmerciful* (безжалісний, немилосердний) завдяки поєднанню з іменником *progress* контекстуально набуває позитивного значення "стійкий, невідворотний" прогрес, що корелює з словосполученням *sustainable development*.

Для окреслення інформаційного поля концепту SUSTAINABILITY та особливостей його інтерпретаційного поля була використана програма "Word Count", що дозволила скласти рейтинг слів, що найчастіше зустрічаються у звітах. Для прикладу візьмемо англомовні звіти про корпоративну соціальну відповідальність компаній "General Motors" і "Ford Motor Company" за 2010/11 та 2013/14 р. р. Результати подані у табл. 1.

Кількісні дані свідчать про особливу актуальність таких ключових для автокомпаній понять, як *sustainability*, *environment*, *emissions*, *technology*, *business*. Завдяки своїй широкій семантиці найвживанішою є лексема *sustainability*. Розглянувши лексичні одиниці детальніше, можна умовно згрупувати їх за такими категоріями як:

• ***Ecology:*** environment, emission, waste, greenhouse, water, CO2, hydrogen, recycle, climate, health, conservation, biofuel, renewable, VOC (volatile organic compounds).

• ***Business:*** business, market, employee, economy, economic, consumer, sales, efficiency, profitability, financial, stakeholder.

• ***Technology & Science:*** technology, hybrid, research, innovation, fuel-efficient, progress.

• ***Social Equity:*** community, relationship, responsibility, citizenship, diversity.

Таким чином, *ecology*, *business*, *technology & science* і *social equity* складають основу інформаційного поля концепту SUSTAINABILITY, при чому, судячи з кількості лексем, що визначають їх інтерпретаційні поля, в корпоративному дискурсі компаній превалюють екологічний і економічний складники.

Компанії наголошують на "сучасних підходах" (*modern approaches*) до розуміння SUSTAINABILITY, підкреслюючи, з одного боку, роль науки, технологій та інновацій, а з іншого – важливість економічного прогресу та фінансових ресурсів на шляху до сталого розвитку.

Таблиця 1

Частота	Ford 2010/11 42 стр., 24 314 с.	Ford 2013/14 543 стр., 219 298 с.	GM 2010/11 113 стр., 46 477 с.	GM 2013/14 133 стр., 53 330 с.
1	Sustainability 168	Emissions 197	Sustainability 163	Sustainability 230
2	Technology 119	Environment 194	Technology 156	Environment 191
3	Emission 107	Business 172	Environment 149	Emission 170
4	Market 89	Community 133	Employee 133	Technology 166
5	Economy 80	Technology 130	Emission 128	Employee 154
6	Environment 65	Employees 128	Economy 102	Waste 138
7	Business 49	Economic 123	Business 92	Business 119
8	Greenhouse 49	Consumer 121	Community 77	Sales 112
9	Employee 47	Hybrid 111	Water 63	Economy 105
10	Water 47	Market 91	Efficiency 61	Market 93
11	CO2 47	Hydrogen 82	Waste 60	Community 92
12	Sales 47	Sustainability 78	Recycle 53	Recycle 75
13	Climate 45	Research 63	CO2 44	Consumer 75
14	Health 43	Relationship 58	Health 37	Water 75
15	Community 41	Water 58	Market 36	Efficiency 70
16	Hybrid 41	Profitability 56	Responsibility 36	CO2 52
17	Hydrogen 33	Health 54	Conservation 31	Responsibility 51
18	Biofuel 32	Efficiency 51	Consumer 30	Health 48
19	Recycle 29	CO2 51	Financial 29	Greenhouse 42
20	Innovation 28	Sales 47	Renewable 28	Conservation 40
21	Efficiency 27	Climate 45	Sales 27	Renewable 37
22	Consumer 26	Greenhouse 45	Greenhouse 23	VOC 33
23	Research 24	Citizenship 42	Fuel-efficient 23	Research 32
24	Waste 24	Diversity 41	Stakeholder 22	Progress 28
25	Stakeholder 23	Financial 41	Research 20	Stakeholder 27

Про зацікавленість компаній у науці та інноваційних технологіях свідчить використання абстрактних позитивно маркованих аксіологем на позначення більш конкретних понять, частко-

вий прояв явища переноситься на все явище в цілому. Компанії намагаються "екологізувати" науку і створити образ "науки заради благородної цілі", про що свідчать такі словосполучення як *sustainable innovation*, *profitable ecological growth*, *science of climate stabilization*, *science-based strategy to reduce greenhouse gas emissions*, *scientific research to determine the relative contribution of a wide range of long-lived greenhouse gases* і т. д.

Поширеність використання лексем з імплікативною позитивною оцінністю на позначення світових екологічних цінностей *innovation*, *growth*, *stabilization*, *contribution* обумовлена цільовою аудиторією і метою компаній – створити позитивний корпоративний імідж, не вдаючись до специфічної наукової термінології. Основною функцією цих висловлювань є не опис діяльності компаній, а їх позитивна оцінка. Поширеними типами словосполучень з позитивною конотацією є:

– іменникові: *research assessments*, *sustainable mobility solutions*, *research and development of advanced technologies*, *a focus on energy alternatives*, *a goal focused on an environmental outcome*;

– дієслівні: *to increase energy efficiency*, *to enhance safety*, *to improve the environmental performance of our products*, *to improve fuel economy*, *to reduce emissions*, *to do our share to stabilize carbon dioxide concentrations* і т. д.

Навіть прихильники "глибинної екології" (*deep ecology*) розуміють, що ведення будь-якого бізнесу можливе лише за умови отримання прибутку. Тому звіти про корпоративну соціальну відповідальність, які не містять економічних показників, справляють враження "зеленого піару", а компанії втрачають довіру споживачів. Як наслідок, корпоративний іміджмейкінг передбачає комплексний процес, який означає не лише інноваційність та екологічність продукції, а й апелювання до принципів капіталізму. Так, у звіті за 2011 р. корейська компанія "Shinhan Financial Group" пропонує концепцію *compassionate finance* (рис. 5), що полягає в тому, щоб "зробити світ кращим місцем за допомогою головних фінансових компаній" ("The essence of ***'compassionate finance'*** lies in making the world a better place through the main businesses of finance", Shinhan Financial Group 2010/11, c. 2).

Метафоричний вираз звертається до двох начал – емоційно-чуттєвого (*compassionate*) і логічно-раціонального (*finance*). Апеляція *ad rem* (лат. "до суті") і *ad hominem* (лат. "до людини") сприяє підвищенню рівня аргументативності повідомлення.

У назві звіту компанії "Estee Lauder" за 2012 р. – теж незвична вербальна комбінація *the beauty of responsibility* (рис. 6). Поєднання абстрактних позитивно забарвлених іменників *beauty* (що є основоположною цінністю для косметичної компанії) і *responsibility* (один з принципів сталого розвитку) сприяє метафоричному переосмисленню семантики обох слів і концептуалізує новий підхід до розуміння корпоративної політики.

Рис. 5

Рис. 6

Незважаючи на те, що корпорації згадують економічну складову, вони обов'язково позиціонують її як таку, що продовжує стояти на сторожі сталого розвитку:

- In recent years, by necessity, much of our focus has been on the ***economic dimension of sustainability*** (Ford 2010/11, с. 2).
- It also has become clearer that ***reducing waste and increasing efficiency is good for the bottom line of the business*** (GM 2013/14, с. 7).

На вербальному рівні для вираження цієї ідеї характерні фазові дієслова *to begin*, *to end*, *to continue*:

- We must ***return to profitability in order to continue to contribute to addressing global sustainability challenges*** (Ford 2010/11, c. 6).
- We believe that ***corporate responsibility begins and ends with a healthy business – one that grows profitably*** (GM 2013/14, c. 78).

Компанії іноді приймають різні сторони: одні стверджують, що діяльність згідно принципів сталого розвитку, приносить їм більший прибуток: There are all kinds of politics around the issue of climate change, but from ***our*** standpoint it makes sense for ***us*** to focus on ***our*** solutions that reduce CO2 in ***our*** plants and in ***our*** vehicles. ***These solutions have business benefits. Energy reduction translates into lower energy costs for us*** (GM 2010/11, c. 3). Для того, щоб підкреслити свій внесок у зменшення викидів парникового газу, компанія неодноразово повторює займенники *our* і *us*.

Інші підприємства приймають роль жертви, яка дотримується проекологічної політики на шкоду собі: ***Although*** increased energy rates have ***a significant cost impact to the Company,*** they ***do increase*** awareness of energy conservation, its impact on the environment and the need for alternative energy solutions (Ford 2013/14, c. 24). На вербальному рівні це виражається за допомогою підрядного допустового речення (*although*) з емфатичною конструкцією (*do increase*).

Варто зазначити, що компанії все частіше піднімають не лише питання екологічного стану. Активно пропагандується *social equity*, в межах якої розглядається проблема погіршення стану ґрунтів на території громад, права людини (особлива увага приділяється мультикультуралізму), залучення акціонерів до процесу прийняття рішень щодо політики компаній тощо.

Корпоративна політика передбачає не лише лобіювання загальнолюдських й національних цінностей і прав людини, в межах соціального підходу вона орієнтується і на етнічні меншини. Так, наприклад, китайська компанія "China Southern Power Grid" включила у звіт за 2011/12 р. р. внесок у підтримку сталого розвитку народностями п'яти регіонів.

Рис. 7

Принцип мультикультуралізму підкреслює і американська компанія "Lockheed Martin", що спеціалізується на авіа- і судно-будуванні. Її звіт за 2012/13 р. р. оформлений у вигляді інтерактивної електронної "книги", де візуально показана демографічна корпоративна політика (кількість бейбі-бумерів, людей покоління X, ветеранів, представників національних меншин і т. д.) (рис. 8).

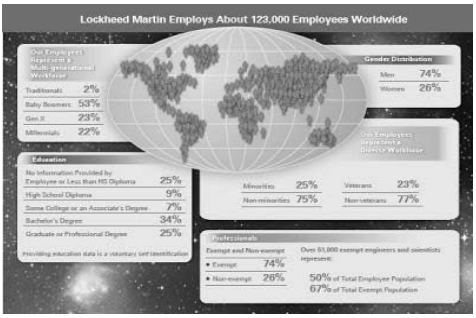


Рис. 8

Соціальний складник набуває все більшої важливості у корпоративному дискурсі:

- Categories included in their ***"Society" section*** include: ***Human Rights, Diversity, Bribery and Corruption, Political Contributions,*** Customer Satisfaction and Safety, ***Environment and Employee Health and Safety, Privacy, Social Media Interactions*** (Ford 2013/14, с. 413).
- In this report General Motors speaks with confidence about all three critical measures of sustainability – environmental, ***social*** and economic (GM 2013/14, с. 2).

• Maximizing the benefits of operating our facilities in an ***environmentally and socially responsible manner*** (GM 2013/14, c. 39).

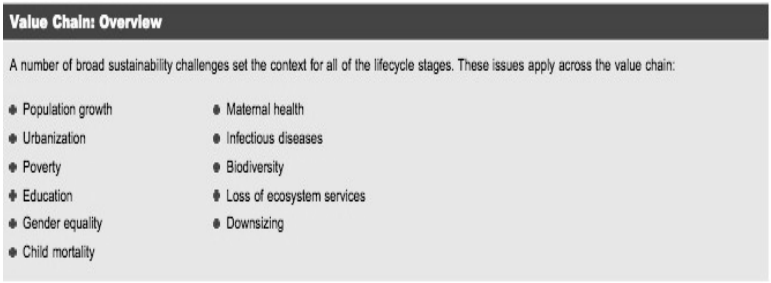
В звітах про корпоративну соціальну відповідальність обговорюються такі соціальні питання як:

• Еексплуатація робочої сили, дитяча праця, корупція: During 2012, the Code was revised to include additional commitments on ***juvenile labour, corruption,*** the environment and sustainability (Ford 2013/14, c. 19); General Motors has a strict 'zero tolerance' policy against the use of ***child labor, abusive treatment of employees or corrupt business practice in the supply of goods and services to us*** (GM 2013/14, c. 60).

• Залучення урядових структур, громадян, споживачів і акціонерів до процесу прийняття рішень щодо політики компаній, що на вербальному рівні актуалізується за допомогою слів з семою "взаємодія" (*to address*, *to connect*, *community*, *engagement*, *interaction*, *input*, *involvement*, *integrated*, *interdependent*): Work with governments and communities in which we do business to improve the quality of life in those communities (GM 2010/11, c. 25); In recent years, we have taken steps to develop a ***more integrated approach to managing the different dimensions of our community involvement.*** Our goal is to more closely connect our traditional community relations programs, community impact assessment processes and human rights efforts (Ford 2013/14, c. 455); Fulfilling consumer expectations means ***listening more and using every customer interaction as input*** to the way we design, build and sell our vehicles (GM 2013/14, c. 64); We need to conduct ***extensive stakeholder engagement*** to help us understand the wants and needs of consumers in developing countries (Ford 2013/14, c. 43); We have ***sustained, interdependent relationships with several distinct categories of stakeholders***: employees, customers, dealers, suppliers, investors and communities (Ford 2013/14, c. 88); But we also are committed to moving beyond our own fences ***to address*** water issues ***within our communities of operation. We are working with stakeholders to better understand issues*** around water accessibility and sanitation, in water-stressed communities especially (Ford 2013/14, c. 315).

• Проблема безпеки і перенаселення: Clearly, this exponential increase in demand creates significant challenges with respect to energy, the environment, ***safety***, ***congestion*** and land use (GM 2013/14, с. 19).

• Урбанізація, бідність, освіта, ґендерна рівність, дитяча смертність і т. д.



(Ford 2013/14, с. 49)

Рис. 9

Триєдність і взаємопов'язаність екологічного, економічного і соціального начал концепту SUSTAINABILITY є основою для переходу від модерністського до постмодерністського, холістичного корпоративного світобачення: We define sustainability as a business model that creates value consistent with the long-term preservation and enhancement of ***environmental, social and financial capital*** (Ford 2013/14, с. 5).

В межах нового холістичного підходу за допомогою слів з семою "системність" (*collaborative*, *comprehensive*, *inextricably linked and interconnected*, *systems-thinking*, *to bring together*) підкреслюється властива йому всеоб'ємність і взаємозалежність:

• New approaches take a more ***holistic*** view of transportation needs and options, relying on ***collaborative*** partnerships and information technology to ***bring together*** existing services, products, technologies, infrastructure and design into something that is ***greater than the sum of its parts – smarter, more sustainable, more convenient, more equitable and better connected*** (Ford 2013/14, с. 57).

- Our strategy is based on our One Ford plan, the outcomes of which we define as Great Products, Strong Business and Better ***World. Like everything in the sustainability arena, these three outcomes are inextricably linked and interconnected*** (Ford 2013/14, c. 7).
- We began looking at new mobility options through an "ecosystem" lens that puts vehicles in a ***broader transportation context*** (Ford 2013/14, c. 14).
- We developed a ***comprehensive*** set of Business Principles. The Principles are now being embedded into our planning processes and performance scorecards, making explicit our high standards regarding products and customers, the environment, safety, community, quality of relationships, financial health and accountability (Ford 2013/14, c. 3).
- ***Sustainability – Taking a Systems-Thinking Approach***:

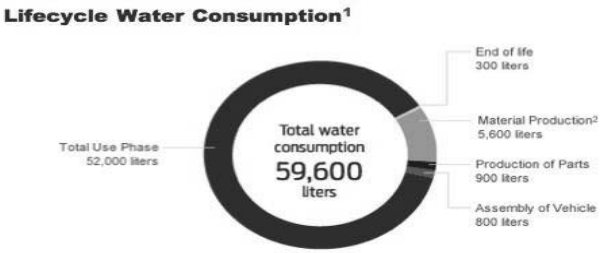
Recommendation	Response
Sustainability – Taking a Systems-thinking Approach: Many sustainability issues are interconnected and overlap. Ford should demonstrate in its report how its sustainability strategy is built on recognition of the interconnected nature of many sustainability issues; how it balances the complexities of these issues; and how these issues might impact Ford's corporate strategy, as well as vehicle and sustainability goals.	Ford takes a systems approach to many key issues, including climate change and mobility. The issues of water and supply chain were elevated to key material issue status in part because they cut across environmental, community, human rights and other issues. In this report, we have tried to strengthen discussion of these interconnections and the systematic approach we take to understanding and managing them.

(Ford 2013/14, c. 21)

Рис. 10

Про інтеграцію поняття холізму у маркетингові компанії свідчить впровадження *life-cycle processes* (процесів життєвого циклу) або, як їх ще називають, *Cradle-to-Grave* ("від колиски до могили"). Вони передбачають мінімізацію використання природних ресурсів і переробку матеріалів після використання. Продуктивним вербальним вираженням принципів холізму є лексеми *cycle* і *entire*:

- Our designers and engineers consider the entire product life cycle as they develop and build vehicles with a goal of sustainability (GM 2010/11, c. 12).



(GM 2013/14, c. 116)

Рис. 11

- We also promote sustainable business practices not only in our own global operations, but ***throughout our entire supply chain*** (Ford 2013/14, c. 1).
- We use a ***lifecycle approach*** to assess and minimize the total adverse impacts of our vehicles from a sustainability perspective – ***from raw materials extraction through manufacturing and use to end of life*** (Ford 2013/14, c. 137).

Отже, проаналізувавши контент корпоративного дискурсу, серед основних тенденцій можна виділити реалізацію концепту SUSTAINABILITY, який стає основою сучасної екологічної парадигми. Поліфонізм його значень і важливість для сучасного світу обумовлюють потребу визначення інформаційного змісту та інтерпретаційного поля. Інформаційний зміст концепту утворює триєдина єдність *economic sustainability*, *social sustainability* і *ecological sustainability*, що окреслюють відповідні інтерпретаційні поля.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Никитин М. В*. Развёрнутые тезисы о концептах / Никитин М. В. // Вопросы когнитивной лингвистики. – Тамбов : Тамб. гос. ун-т: ИЯ РАН, 2004. – № 1. – С. 53–64.

2. *Попова З. Д., Стернин И. А.* Когнитивная лингвистика / З. Д. Попова, И. А. Стернин. – М. : АСТ Восток – Запад, 2007. – 314 с.

3. *Селиванова Е. А*. Когнитивная ономасиология: монография / Е. А. Селиванова. – К. : Издательство украинского фитосоциологического центра, 2000. – 248 с. – С. 215.

4. Agenda 21 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://sustainable-development. un.org/agenda21.html. – Назва з екрану.

5. *Ciegis R., Streimikiene D.* Integration of Sustainable Development Indicators Into Sustainable Development Programmes / R. Ciegis, D. Streimikiene // Inzinerine Ekonomika-Engineering Economics, 2005. – № 2. – P. 7–12.

6. *DuFault A., Kho J.* 'Sustainability': is it a dirty word? [Електронний ресурс] / A. Dufault, J. Kho // The Guardian, 2015. – Режим доступу: http://www.theguardian.com/sustainable-business/sustainability-greenwashing-eco-buzzwords-frustration. – Назва з екрану.

7. *Ihlen O.* Business and Climate Change: The Climate Response of the World's 30 Largest Corporations / O. Ihlen // Environmental Communication. A Journal of Nature and Culture, 2009. – № 3. – P. 244–262.

8. *Jacobs M.* Sustainable Development – From Broad Rhetoric to Local Reality // Proceedings from Agenda 21 in Cheshire, December 1, 1994. – Document 49.

9. *Jose A., Lee S. M.* Environmental Reporting of Global Corporations: A Content Analysis Based on Website Disclosures / A. Jose, S.M. Lee // Journal of Business Ethics, 2007. – № 72. – P. 307–321.

10. *Kiss K.* Rise and Fall of the Concept Sustainability / K. Kiss // Journal of Environmental Sustainability, 2009. – № 5. – P. 32–39.

11. *Lubin D. A., Esty D. C.* The Sustainability Imperative / D. A. Lubin, D. C. Esty // Harvard Business Review, 2010 (May). – P. 42–50. – P. 42.

12. *Vlasic B.* Once upon a Car: The Fall and Resurrection of America's Big Three Auto Makers – GM, Ford, Chrysler / Bill Vlasic. – New York : William Morrow, 2011. – 416 p.

Стаття надійшла до редакції 09.04.15

Е. В. Бабырэ, канд. филол. наук, ассист.
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

Концепт *SUSTAINABILITY* в современной корпоративной культуре

Статья посвящена анализу концепта SUSTAINABILITY как когнитивной единицы в англоязычном корпоративном дискурсе. На материале отчетов о корпоративной социальной ответственности рассматривается информационное содержание концепта и особенности его интерпретационного поля.

Ключевые слова: *устойчивое развитие; корпоративный дискурс; концепт; информационное содержание; интерпретационное поле; экономическая устойчивость; экологическая устойчивость; социальная устойчивость; отчет о корпоративной социальной ответственности; холизм.*

O. Babyre, Cand. Phil. Sci., Assistant Prof.
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

The concept of *SUSTAINABILITY* in modern corporate culture

The article deals with the analysis of the concept of SUSTAINABILITY as a cognitive unit in the English-speaking corporate discourse. The information content

of the concept and the peculiarities of its interpretation are examined on the basis of corporate sustainability reports.

Keywords: *sustainability; sustainable development; corporate discourse; concept; information content; interpretation; economic sustainability; ecological sustainability; social sustainability; corporate sustainability report; holism.*

УДК 811.214.21'373.46:796:82-92

В. Базиленко, студ.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ СПОРТИВНОЇ ЛЕКСИКИ В СУЧАСНІЙ ПУБЛІЦИСТИЦІ МОВОЮ ГІНДІ

Стаття присвячена функціонуванню спортивної лексики в сучасній публіцистиці мовою гінді, а також аналізу запозичень з інших мов. Автор акцентує увагу на особливостях запозичення, а також, вживаності їх в засобах масової інформації. Проведена робота по виокремленню груп лексики відповідно до способів формування в сучасній мові гінді: запозичення з англійської мови, слова-реалії на позначення спортивних явищ, неологізми на основі мови гінді.

Ключові слова: *спорт, спортивна лексика гінді, функціонування лексики, спортивні терміни.*

Актуальність обраної теми дослідження пов'язана з популярністю та масовістю різних видів спорту в Індії, а також тим, що аналіз спортивної лексикиналежить до пріоритетних напрямків дослідження лексичної системи сучасної літературної мови гінді, а саме виявлення закономірностей формування, поповнення та вдосконалення галузевих термінологічних систем. Дослідження функцій гіндімовної спортивної лексики й чинників, що впливають на її формування та розвиток, є актуальним для сучасної індології, оскільки відомостей про ґрунтовні розвідки в цій сфері нами не було виявлено, а наявна лише узагальнена інформація.

Метою нашого дослідження є виявлення особливостей функціонування спортивної лексики мови гінді в сучасній публіцистиці.

На сьогоднішній день популярність спорту в Індії стрімко зростає, чого не спостерігалося ще кілька десятиліть тому. Цьому

посприяла глобалізація, внаслідок якої в Індії західні види спорту, зокрема футбол, активно популяризуються останнім часом.

З середини XIX ст. по 1947 рік Індія знаходилася під впливом колоніальної влади Англії. Наприкінці XX ст., коли англійська мова набула інтернаціонального значення, мова спорту Індії була переповнена англіцизмами, які досить швидко закріпилися в спортивній лексиці різного рівня та сфер вживання. Проте починаючи з періоду здобуття Індією незалежності та початку становлення стандартизованої мови гінді і до сьогодні спостерігаються активні процеси термінотворення в усіх сферах функціонування мови гінді [1, 56]. Це торкається і сфери спорту, де більшою чи меншою мірою англійським спортивнимтермінам створюються відповідники на основі наявного лексичного матеріалу мови гінді та санскриту.

Не викликає сумніву те, що спорт – це спеціалізована сфера діяльності, яка потребує відповідної мовної оснащеності. Про наявність такої спеціалізації свідчить помітка "спорт.", що використовується укладачами словників для віднесення слів до стилістично обмежених і вказує на "обмеження, обумовлені вузькоспеціальним характером термінів науки, техніки, ремесла, мистецтва тощо" [2, 12]. Можливість застосування цієї помітки до всього слова, окремого значення або сталого поєднання слів дозволяє судити про наявність не тільки простих і складених лексичних одиниць, а й спеціалізованих значень загальновживаних слів.Таким чином, спортивна лексика належить до сфери професійно обмеженої. Особливо відзначимо можливість включення сфери спорту до визначення терміна: "Термін – це слово або складене найменування (стійке словосполучення), яке є позначенням спеціального поняття з галузі науки, техніки, права, спорту, мистецтва тощо" [4, 272].

Отже, на основі принципів розмежування термінологічної та нетермінологічної лексики ми робимо висновок про те, що під загальною назвою "спортивна лексика" мається на увазі сукупність спортивних номінацій, що утворюють спортивну терміносистему та сукупність загальновживаної спортивної лексики.

У спорті завжди існує елемент змагання, боротьби з суперником або з небезпекою, а це передбачає оцінку дій спортсмена.

З цього випливає важливий наслідок – можливість терміна сполучуватися з оціночними словами, не змінюючи власну предметно-понятійну віднесеність, що не властиво для переважної більшості наукових термінів [6, 6].

Потрібно розуміти, що спортивна термінологія використовується не лише в текстах наукових статей, підручників (як наукова), але і в газетах, журнальних статтях, звучить в усному мовленні радіо- та телекоментаторів.

Розглядаючи загальні особливості термінологічної лексики мовою гінді, Подрезов О. А. робить висновки про її специфіку, яка полягає, по-перше, в її професійності, а тому термінологічності, по-друге – в її доступності для широкого кола носіїв мови і, отже, виході за межі терміносистеми.До особливостей термінології лінгвіст відносить: системність, наявність дефініції, тенденцію до однозначності в межах свого термінологічного поля, відсутність експресії, стилістичну нейтральність [5, 12].

У дослідженні спортивної лексики мовою гінді нас цікавить її функціонування в мові сучасної публіцистики. Публіцистичне мовлення є різноаспектним та багатожанровим. У ньому вже сформувались такі найважливіші жанри, різновиди публікацій: статті, замітки, звіти, інтерв'ю, репортажі, кореспонденції, рецензії, огляди, есе, листи, нариси, реклами, сатиричні жанри – фейлетони, памфлети, байки, гумореси, епіграми, пародії сатиричні афоризми тощо [4, 233].

Згідно з нашим дослідженням, яке базується на аналізі публіцистичних матеріалів за останнє півріччя 2014 року, спортивна лексика мовою гінді функціонує в усіх різновидах публікацій. У сучасній публіцистиці гінді спостерігається співвідношення міжнародних (запозичених) та автентичних (власне гінді) термінів. Деякі спортивні терміни запозичені з англійської мови активно використовуються в публіцистиці та стали чистиною словника гінді, оскільки позначають явища, притаманні західному спорту та не мають аналогів мовою гінді. Як результат, в публіцистичних текстах спортивна лексика представлена стилістичними пластами. Поряд із стилістично-нейтральними термінами активно використовуються розмовні терміни, а також розмовні чи діалектні сленгізми.

Аналіз публікацій на спортивну тематику в газетах, журналах та інтернет-джерелах за останнє півріччя 2014 року дає нам можливість визначити загальні особливості спортивної лексики гінді та виділити групи лексики за способом проникнення до мови гінді, утворенням та семантикою. Так ми виділяємо три групи лексики за походженням: англіцизми; новоутворення на основі гінді (за словотвірною моделлю англійської мови); лексика власне гінді (загальна спортивна лексика та слова-реалії).

1. *Спортивні терміни, запозичені з англійської мови.* Міжнародна спортивна термінологія запозичується в початковій формі, найчастіше з англійської мови, та транслітерується засобами мови гінді, шрифтом деванагарі. При цьому передача міжнародних термінів шрифтом деванагарі здійснюється з максимальним наближенням до правил вимови мови оригіналу, з можливими модифікаціями, що переважають серед освічених кіл індійського суспільства. Слова, що входять до цієї групи, розподіляємо за кількома лексико-семантичними парадигмами:

– першу складають запозичені лексемидля найменування нових для мови гінді реалій дійсності(міжнародні спортивні терміни): ओवरटाइम"овертайм", प्लेऑफ"плей-офф", ड्राफ्ट "драфт";

– до наступної лексико-семантичної групи із загальною семантичною ознакою (ознака "агентивності") та загальним структурним елементом (суфіксом – अर) відносимо англіцизми-найменування спортсменів: बाइकर "байкер", प्लेमेकर "плеймейкер, राइ□र райдер";

– до третьої лексико-семантичної парадигми входять нові слова-назви видів спорту: हॉकी "хокей", स्ट्रीटबॉल "стрітбол", बॉक्स "бокс" тощо;

– до останньої лексико-семантичної групи включені англіцизми-найменування спортивного обладнання: बाइक "байк", स्केटबो□ "скейтборд", स्कूटर "скутер".

Уживання лексики можна проілюструвати прикладами контекстів зі статей мовою гінді: सेमीफ़ाइनल मुक़ाबले में साइना ने अपनी विरोधी को कड़ी टक्कर दी "У протистоянні півфіналу Сайна завдав

важкої поразки противнику"; इससे पहले शुक्रवार को हुए क्वार्टरफ़ाइनल में साइना ने चीन की सुनयू को परास्त किया था "До цього у чвертьфіналі, що відбувся у п'ятницю, Сайна переміг китайського спортсмена"; इस जीत के दम पर उन्हों ने नम्बर 1 की रैंकिंग हासिल की थी□'В цю мить перемоги він зайняв перший номер рейтингу" де вжито лексеми सेमीफ़ाइनल "півфінал", क्वार्टरफ़ाइनल "чвертьфінал", रैंकिंग "рейтинг" – англійські терміни, транслітеровані шрифтом деванагарі, які не мають відповідників у мові гінді.

1. *Новоутворення на основі лексичного матеріалу гінді.* Варто зауважити, що сучасна спортивна термінологія гінді перебуває на етапі творення, чому сприяють глобалізаційні процеси, а також внутрішні суспільно-політичні процесі в Індії. При карбуванні нових спортивних термінів широко застосовуються методи калькування іншомовних термінів на основі наявного вітчизняного лексичного матеріалу [1, 44]. Калькування відбувається за рахунок імітації англомовної словотвірної моделі, тобто відтворення внутрішньої форми слова морфемним матеріалом мови гінді. Наприклад: मुक्केबाजी "бокс" (кулак+боротьба), गेंदबाजी "подача м'яча в крикеті" (м'яч+боротьба). Інші лексеми खेल, खेल-कूद "гра, спорт" (гратися, стрибати), साइकिलचलाना "Велосипедний спорт" (водити велосипед), व्यायामी "атлет" (той, що робить вправи), गोताखोर "дайвер, водолаз", गोलरक्षक "голкіпер" (гол+захисник), तरङ्ग-पट्टी पर बहना "займатися серфінгом" (плисти на хвилі-дощечці), घुड-दौड़ "скачки на конях" (кінь+скачка), □ोंगी "гребля" (човен, каное), समयाङ्कन "регулювання, відлік часу" (час + оцінка), सन्तुलन "баланс", दण्ड "пеналті" (покарання), स्केटिङ्ग का मैदान "каток" (майданчик для скейтингу) тощо.

Новоутворена спортивна лексика активно вживається поряд з англіцизмами, що демонструють заголовки статей: मुक्केबाजी :

एक ऐसा लोकप्रिय खेल जो खतरनाक ह□Бокс – одна популярна та водночас небезпечна гра"; कोलकाता टीम में खेलने के लिए नरेन को ठीक करना होगा गेंदबाजी एक्शन "Аби грати в команді Калькутти Нарену доведеться показати гарну подачу м'яча"; अभी और खेलना चाहते हैं इ□लैं□ के गोलरक्षक सीमन्न "Англійський голкіпер Сімейн ще хоче грати".

2. *Лексеми власне гінді.* Наявність такої лексики завдячує тому, що в Індії існують як схожі з європейськими, так і автентичні види спорту та різноманітні фізичні вправи, йога, методики оздоровлення, які не притаманні західним країнам. Дані види спорту мають свій лексичний апарат, що включає як загальну спортивну лексику гінді так і слова-реалії. Дана група є найменш чисельною, виділеною нами, проте становить цікаву мовну проблему та заслуговує на увагу.

Так, до лексем, що позначають види спорту, схожі з європейським, відносимо: कसरत "гімнастика", ताश "карти", शतरञ्ज "шахи",गेंद "м'яч", झीणुर "крікет", तराकी "плавання", प्रतियोगिता "змагання, олімпіада" тощо. Це також лексика на позначення автентичних видів спорту та народних ігор, що переважно є словами-реаліями, які не мають відповідників в інших мовах: जलेबीरेस "Джалебі перегони", चम्मचरेस "Перегони з ложками", सतोलिया "Сатолія", लराड़ीटाराा "Лангдітанг", लट्टू "Латту", कच्चे "Каче", रस्सीकूदना "Скакати через мотузку", गिल्ली□ा "Гіллі данда", बोरारेस "Перегони в мішках", तीनटाराकीरेस "Перегони на трьох ногах", मटकारेस"Перегони з глеком" тощо.

Наші спостереження показали, що лексика власне гінді також активно вживається у новинних статтях як спортивного, так і загального спрямування, наприклад: विश्वनाथन □ नन्द ने ग्रेंके शतरञ्ज क्लासिक में लगातार दूसरी बाजी में फिर से गलती

की"ВішванатхАнанд удруге підряд припустився помилки в класичній партії в шахи", बॉडी बनानी हो तो कसरत के बाद जरूर लें येो इट "Для гарної форми після фізичних вправ обов'язково скористайтеся цією дієтою"; विदेशियों ने सतोलिया में खाई मात "Іноземці отримали поразку в змаганнях Сатолія"; जलेबीरेस में कुलदीप ने मारीबाजी "В змаганнях Джалебі переміг Кулдіп".

Зі сказаного вище можна зробити такі висновки: спортивна лексика в мові гінді є недостатньо дослідженою і донині викликає чимало запитань. Аналіз гіндімовних друкованих та інтернет засобів масової інформації показали, що спортивна лексика й термінологія найактивніше поповнюється за рахунок запозичень з англійської мови, що зумовлено екстралінгвістичними факторами – специфікою предметної області спорту та складним, похідним характером його понять.

Оскільки спортивна терміносистема гінді має статут такої, що розвивається, у ній поряд зі спортивними термінами англійської мови активно формуються та використовуються новоутворення на основі матеріалу мови гінді. Здебільшого це семантичні кальки та неосемантизми за англомовною моделлю. Разом з цим, в Індії наявні власні види спорту, які є недоступними європейцям і мають власну гіндімовну лексику, яка потребує ретельного аналізу. Специфіка аналізу лінгвістичного матеріалу полягає в тому, що особливості функціонування запозичених, уже наявних та нових спортивних термінів мовою гінді має не тільки лінгвістичні, а й культурологічні аспекти, що викликає безумовний інтерес.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Баранников П. А.* Проблемы хинди как национального языка / П. А. Баранников. – Ленинград: Наука, 1972. – 186 с.

2. *Боровська О. В.* Співвідношення національних та інтернаціональних термінів в українській термінології галузі фізичної культури та спорту : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук з фіз. вих. і спорту : спец. 24.00.02 / Боровська О. В. – Львів, 2003. – 20 с.

3. *Боровська О. В.* Спортивний дискурс у російському масмедійному комунікативному просторі. :автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філ. наук :

спец. 10.02.02 / Боровська О. В. – Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Ін-т філології., 2009. – 19 с.

4. *Кротевич Є.В.* Словник лінгвістичних термінів – К., 1957. – 236 с.

5. *Подрезов А. А.* Лексико-грамматические особенности военной терминологии современного литературного языка хинди :дис. канд. філ. наук : 10.02.20 / Подрезов А. А. – Москва, 2001. – 183 с.

6. *Таценко Н. В.* Лексико-семантичні особливості сучасних спортивних термінів / Таценко Н. В., 2003.

7. Technical terms in Hindi. Sports. GovernmentofIndia, 1957. – 44 с.

8. पण्ो भट्ट. हिद्दी में पारिभाषिक प्रशासनिक सब्दावली में एकरूपता की समस्या / बीपण्ो. भाषा, – 1973. – № 12. – С. 21–27.

9. शर्माग., हिद्दी परिभासिक सब्दावल // भाषा, – 1961. – № 08. С. 40–46.

10. Dynamic Sport Series: Important Rules and Regulations of Games [Електронийресурс] // Krishna Prakashan Media. – 2000. – Режим доступу до ресурсу: https://books.google.com.ua/books?id=-fzIE938wSUC&printsec=frontcover&hl=ru#v=onepage&q&f=false.

Стаття надійшла до редакції 27.04.15

В. Базиленко, студ.
Институтфилологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

Особенности функционирования спортивной лексики хинди в современной публицистике

Статьяпосвященафункционированиюспортивной лексики языкахинди в современнойпублицистике, а такжеанализу заимствованийиз других языков. Проанализированыстатьи на спортивную тематику за последнееполугодие 2014 года. Автор акцентируетвнимание на особенностяхзаимствования, а такжеихупотреблении в средствахмассовойинформации. Выделены группы лексики соотвественно способам формирования в современном языке хинди: заимствования с английского языка; слова-реалии обозначающие явления спорта; неологизмы на основе языка хинди.

Ключевые слова: *спорт, спортивная лексика, функционирования лексики, спортивныетермины.*

V. Bazylenko, Stud.
Institute of Philology, TarasShevchenko National University of Kyiv

Features of the sport lexicon in hindi in modern publicism

The article is devoted to the functioning of the Hindi sports vocabulary in modern mass media, defining its typology and borrowings from other languages. The articles on sports subjects over the last six months of 2014 were analyzed. The author focuses on the specifics of borrowing and its usage in the language of Hindi

printed media. Structural work conducted to determine the distinctiveness of sport related words according to the ways they emerged in Hindi: English borrowings, culture-bound items, neologisms based on Hindi language.

Keywords: *sport, sports vocabulary, vocabulary operation, sporting terms.*

УДК 811.111

А. Д. Бєлова, д-р філол. наук., проф.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ВІРТУАЛІЗАЦІЯ КОМУНІКАТИВНОГО ПРОСТОРУ

Стаття містить огляд перспектив і тенденцій розвитку віртуальної комунікації і кіберпростору у напряму Інтернету речей та гіперконнективності з урахуванням інформаційних та комунікаційних технологій, політичних та економічних факторів, поведінкових моделей, вікових преференцій. Візуалізація комунікативного простору, персоналізація Інтернету, де-глобалізація, захист персональної і конфіденційної інформації впливатимуть на організацію комунікативного простору, якість контенту, висуваючи нові вимоги до професіоналів у сфері комунікації.

Ключові слова: *віртуальна комунікація, Інтернет речей, інформаційні і комунікаційні технології, гіперконнективність, персоналізація Інтернету, конфіденційна інформація*

У XXI столітті комунікація, її моделі, цифровий ландшафт швидко трансформуються завдяки кардинальним змінам в інформаційних технологіях. Комунікація у віртуальному просторі стала об'єктом досліджень багатьох лінгвістів [4, 5, 10, 16, 17, 19, 21, 26]. Нові публікації свідчать про постійну диверсифікацію віртуальної комунікації та мовні особливості, що виникають під впливом високих технологій та соціокультурних факторів [8, 9, 14].

Внаслідок конвергенції інформаційних і комунікаційних технологій (ICT convergence), доступності різноманітних гаджетів життя глобалізованого інформаційного суспільства стрімко переходить в режим *on-line* (*globalized "168" world (24×7=168*), а режим *off-line* все частіше виглядає аномалією, перш за все для наймолодших поколінь (*GenY, Z-gen*), які знайомі з комп'ютеризованим, а зараз вже віртуалізованим світом, з народження. Поруч з друкованими виданнями створюється все більше віртуальних освітніх, ігрових і розважальних ресурсів для дітей різного

віку, в тому числі наймолодших, а планшети стають найулюбленішими іграшками з перших років життя. Той факт, що діти віком 2–3 роки не читають інструкцій, але успішно оперують гаджетами, підтверджує їхню природню належність до населення цифрового світу (*digital natives*). Різнобічна критика доступності комп'ютерів у ранньому віці не применшує позитивну роль Інтернету в опануванні знань та інформації, у розвитку креативності у дітинстві (*Early Window Theory*).

Віртуальний простір за короткий час перетворився на альтернативу реальності, став складником нової технологічної парадигми – інформаційної (*Informationalism*), що змінила парадигму індустріального періоду (*Industrialism*). Всесвітньо відомі технологічні корпорації *Apple, Google*, які працюють у сфері саме інформаційних, комунікаційних, інноваційних технологій, стали лідерами ринкової капіталізації, що є економічним доказом ролі віртуального простору, інформаційних технологій, комунікації у нашому житті. До середини 2000х років найбільшими компаніями були *General Electric* і *Microsoft.* З 2006 г. протягом п'яти років лідером капіталізації була компанія *Exxon Mobil,* але з 2012 р. на першій позиції корпорація *Apple.*

Ступенем віртуалізації комунікативного простору є гіперконективність [1, 24]. Гіперконективність є відносно новим терміном і позначає стрімке поширення нових тенденцій і способів комунікації та їх опанування людством у глобалізованому світі, нав'язливе бажання щодо тотального використання мережевих включень, Інтернет-манію, поведінкову адикцію, гаджет-залежність. Нова поведінка, а саме постійне перебування у віртуальному просторі та активність користувачів гаджетів, отримала назву *clicktivism* від англійського *click.* Гіперконективність перетворюється на помітну рису неоурбанізації. Сучасні технології, одним з головних досягнень яких вважають поширення Інтернету, і, відповідно, нейтралізацію географічної відстані, нівелювання фізичного контакту, зміну типу зв'язку та стилю спілкування, зумовили перехід комунікації від домівок (*households)* та офісів, що локалізовували телефонний зв'язок, а пізніше і Інтернет, до мобільних власників гаджетів, метафорично позначених *Littleboxes* [25], пе-

ретворивши урбанізовані території в цифрові конгломерати (*digital cities*). Традиційна модель комунікації "від місця до місця" поступилася іншій – "від людини до людини" (*From Place-To-Place to From Person-To-Person)*. З метою оцінювання гіперконнективності запроваджений індекс "мережевої готовності" (*The Networked Readiness Index)*, який дозволяє вимірювати розбіжності (*digital gap/ digital divide*) у доступі до інформаційних технологій в різних країнах світу.

Чисельні терміни позначають гіперконективні тенденції, теорії, прогнози – *Glocalized Networks, netware, futureweb, Netville, Network capital, Networked Individualism*. Здатність до ефективної комунікації у віртуальному просторі, здатність встановлювати контакти і швидко знаходити необхідну інформацію отримала назву – мережевий капіталізм (*networked capitalism)*. Мережевий індивідуалізм ("*Networked Individualism")* вважають логічним розвитком феномену глокалізованої мережі ("*Glocalized" networks*). Мережевий індивідуалізм віддзеркалює індивідуалізоване сприйняття сучасного світу, індивідуалістичні тенденції у житті (*singledom, going solo*), нові демографічні і біхейвіористські тренди.

Лінгвістичним доказом значущості віртуального простору у сучасному світі є той факт, що найпопулярнішими, найчастотнішими одиницями англійської мови, що домінує у віртуальному просторі, останні два роки стають одиниці і символи, що пов'язані саме з віртуальною комунікацією та інформаційними технологіями. У 2014 році за даними *Global Language Monitor* вперше такою одиницією стало навіть не слово, а символ *the heart emoji*, на другій позиції – *hashtag*. В Інтернеті є чимало каталогів емодзі, серед яких окремо виділяються японські [18, 20]. Емотикони та емодзі значною мірою сприяли вирішенню відомої проблеми віртуального спілкування – компенсували емоції у комп'ютерно опосередкованому спілкуванні, одночасно сприявши семіотичній диверсифікації віртуального простору.

Серед перших найпопулярніших 15 англійських слів є і декілька інших, пов'язаних з віртуальною реальністю. Безумовно, за даними корпусної лінгвістики, службові частини мови, перш за все, означений артикль *the*, за кількісними показниками перева-

жають, але *Global Language Monitor* враховував вплив нових лексичних одиниць на мову і стиль світових новин, на обговорення глобальних подій, на міжперсональне спілкування у соцмережах.

У 2013 році найбільш популярним за даними *Global Language Monitor* стало позначення 404, але *Oxford Dictionaries* визнали найпопулярнішим словом *selfie* – фотоавтопортрет, зроблений з метою розміщення його у віртуальному просторі, який став одним з проявів віртуального марнославства (*virtual vanity*) і віртуального нарцисизму (*virtual narcissism*). Культура *selfie* швидко проникла у світ політики, еліти, богеми, гламуру. За аналогією були створені одиниці *helfie* (hair selfie), and *welfie* (workout selfie), *felfie* (a photo taken by a farmer), *brelfie* (breastfeeding selfie). Досить швидко виникли інші одиниці з компонентом *selfie,* що відображають інформаційну поведінку людини, а слово *selfie* має всі шанси незабаром перетворитися на новий англійський суфіксоїд.

У сучасних словниках, на відповідних сайтах можна знайти велику кількість інформаційних неологізмів, що свідчать про нові звички власників гаджетів, їх активне життя у віртуальному просторі, наприклад:

– *showrooming* – examining a product at a shop before buying it online at a lower price

– *bitcoin* – a digital currency in which transactions can be performed without the need for a central bank

– *photobomb* – to drop in a photo unexpectedly...to hop in a picture right before it is taken.

– *foodporn* – when people post close up pictures on they're social networking sites of food

– *fitspo* – Images of active, strong, and fit women that promote proper exercise and diet. May also include images healthy foods much like thinspo

– *petgram* – A photo of your pet in your Instagram.

Варто зазначити, що в наш час до лінгвістичних пошуків, а саме до фіксації неологізмів та коментарів оцінного характеру, активно залучаються соцмережі і мікроблоги (наприклад *wordability (www.wordability.net),* wordnik (@wordnik) | Twitter,

https://twitter.com/**wordnik**). Онлайнові словники, наприклад *wordnik (www.wornik.com)* фіксують чимало нових одиниць, які пов'язані з віртуальною реальністю [27, 28].

Не можна не звернути увагу на той факт, що соцмережі і мікроблоги стали одним з факторів віртуалізації комунікації, зробивши помітний внесок у формування цифрового ландшафту (*digital landscape*). Соціальні мережи як одна з реалізацій гіперконективності вже перестали бути сферою суто міжперсональної комунікації: в них проникли бізнес і політика, і навіть такі консервативні інститути, як монархія і церква. Присутність у соцмережах є у наш час своєрідним імперативом, так само як доступ до Інтернету декілька років тому. Соцмережі і мікроблоги стали каналом маркетингу, інформування і зв'язку з клієнтами, каналом поширення реклами. Все це призводить до появи нових жанрів [5] в межах існуючих різновидів дискурсу. Політики стали активно відкривати аккаунти в соцмережах, що, відповідно, створює новий жанр політичного дискурсу – короткі повідомлення політиків персоналізованого характеру, як офіційні, так і неофіційні [22, 23].

Соцмережі сприяли персоналізації Інтернету, завдяки своєрідному симбіозу з гаджетами (планшетами і смартфонами). Смартфони, за твердженням експертів, залишуться найбільш популярними гаджетами. Вони розширять сферу використання і будуть застосовуватися крім комунікації для оплати різних послуг. Персоналізацію віртуального простору, як вважають експерти, далі посилять нові типи гаджетів, перш за все смарт-годинники. За словами Тіма Кука, голови *Apple,* смарт-годинник *Apple Watch*, реліз якого відбувся у 2015 році, є "найбільш персональним приладом, який був створений корпорацією *Apple. Apple Watch* є першою новою категорією так званих "фруктових" продуктів після випуску *iPad* у 2010 році. Групу гаджетів нової генерації доповнять *Google Glass.*

Apple Watch і *Google Glass,* як найбільш розрекламовані товари, знаменують один з етапів розвитку Інтернету, який ми спостерігатимемо у майбутньому – поширення Інтернету на світ речей. Мережеві технології починають охоплювати не лише гадже-

ти, а й побутові прилади, приміщення, інфраструктуру. Як вважають фахівці *Global Agenda Council,* а також фахівці дослідницької фірми *Gartner,* таке поширення Інтернету надасть необмежені можливості, створюючи разом з тим чимало проблем. Найбільш помітними і відчутними наслідки взаємодії речей і девайсів будуть у містах, що стане особливістю неоурбанізації. Для ефективної взаємодії елементів Інтернету речей потрібні нові надійні платформи з високим рівнем конфіденційності і безпеки, що гарантуватиме інтерактивний доступ до знань, інформації, технологій, консультацій. З іншого боку, централізація Інтернету – зсув у бік монолітних платформ і пошукових сервисів, найбільш популярних соцмереж, що спостерігається зараз, – вимагатиме радикальної трансформації. Оскільки людство буде рухатись у напрямку онлайн-інтеграції, то постане проблема керівництва Інтернетом, яке зараз знаходиться у країнах Заходу.

Нові технології, наприклад гнучкі дисплеї (flexible, curve screens), відкривають нові можливості у сфері виробництва. Так, у березні 2015 року литовська компанія *Ishuu Technologies* представила смарт-черевички *Volvorii Timeless* на платформі *Indieggo,* вироблені з електронного папіру, де *E-ink* дисплей дозволяє миттєво змінювати дизайн, поки що у біло-чорній гамі, за допомогою смартфона через Bluetooth [11, 13]. Це ще один крок на шляху до світу Інтернет речей. У майбутньому може з'явитись будь-який одяг такого типу, хоча експерти стверджують, що він може бути заборонений у навчальних закладах, оскільки ідеально підходить для шпаргалок.

Реклама таких товарів підтверджує думку Еріка Шмідта, голови компанії *Google*, яку він висловив на форумі в Давосі (22.01.2015), про те що Інтернет у сьогоднішньому вигляді існувати не буде. Експерти прогнозують, що протягом десятиліття до Інтернет отримують доступ ще 5 млрд осіб. Приблизно 20 млрд пристроїв – годинники, окуляри, телевізори, холодильники та інші – будуть елементами інформаційної мережі, реалізуючи гіперконективність. 25 млрд агентів мережі означатиме, що Інтернет буде невід'ємним елементом існування людства [6, 7].

Помітною ознакою розвитку віртуального простору є його поступова візуалізація, зсув у бік відеоінформації, збільшення ролі інтерактивності та анімації [9]. Наприклад, статистика електронної пошти *Microsoft* вказує на те, що за місяць користувачі відправляють більш ніж 1,5 млрд фотографій. Чимало неологізмів, що пов'язані з інформаційними технологіями, позначають діяльність з візуальним результатом з метою розміщення зображень в Інтернеті. Технологічні можливості дозволили збільшити роль відеореклами [9]. В коло реклами внаслідок віртуалізації і можливостей надати візуальну інформацію потрапляють нові об'єкти, виникають нові її різновиди, в тому числі брендінг міст, що поширився і набув актуальності саме у віртуальному просторі і має сприяти їхній конкурентоспроможності.

Віртуалізація комунікативного простору крім значних зручностей, можливостей, переваг створює проблеми, ставить чисельні завдання, провокує різноманітні виклики, що стає напрямом діяльності у сфері ризик-менеджменту, серед яких деглобалізація і захист персональних даних.

Міжнародні, транснаціональні компанії, які зробили значний внесок у глобалізацію, в тому числі шляхом поширення англійської мови, зараз намагаються якщо не встановити лінгвістичний баланс, то сприяти гармонізації відносин між мовами у віртуальному просторі, поширюючи іншу тенденцію – деглобалізацію *(the de-globalized future)*. За висновками Інституту Культури *Google*, всесвітня мережа WWW є занадто американізованою або англо-американською. Якщо *Google*, некоронований король Інтернету, не відображатиме мови, культуру, цінності різних країн Європи, Азії, Латинської Америки, Африки, то через 20 років світ буде однаковим, уніфікованим майже на 100 %. Для реалізації проєкту "Деглобалізація" *Google* зібрав 600 партнерів з 60 країн світу. Проект спрямований на зростання у віртуальному просторі ролі і частки інших мов поруч з англійською, яка є визнаним фактором і вектором глобалізації.

Нещодавно *Google* ініціював проект з еколінгвістики – *Endangered Languages Project*, спрямований на збереження мов етнічних меншин: завдяки цифровим технологіям та Інтернет

будь-який власник гаджета може здійснити запис мовлення, в першу чергу зникаючих або маловивчених мов, діалектів, і розмістити інформацію у віртуальному просторі. Цифровий формат надає можливість використати інформацію в академічних дослідженнях, для створення корпусів мовленнєвих даних з діахронічною перспективою. Все це відповідає концепції розвитку віртуального простору, що передбачає всебічний обмін інформацією великого обсягу через соцмережі та технологію хмарних сервісів, наслідком чого буде новий цифровий контекст (the world moves towards comprehensive information sharing via social media, cloud computing and big data *→The New digital context).*

Важливою проблемою розвитку віртуального простору є використання персональної і конфіденційної інформації (Privacy). Цифрову революцію вважають одночасно революцією довіри і конфіденційності (digital revolution – trust revolution), однак саме вона поставила чимало питань, що стосуються конфіденційності. На форумі у Давосі у січні 2015 року експерти стверджували, що 90 % онлайнового населення планети вважають, що вони втратили контроль за своїми персональними даними у мережі. Не можна ігнорувати той факт, що соцмережі популяризували такий різновид реклами як самореклама (*personalized advertising*), що значною мірою створює передумови для циркуляції персональних даних. Концепт PRIVACY, який має особливе значення в західному світі, набув нового виміру – використання і захист персональних даних у віртуальному просторі. Тільки прозорість, повна транспарентність можуть суттєво покращити ситуацію. Захист інформації стає кардинальним компонентом корпоративної політики багатьох компаній, які змушені оперувати даними величезного обсягу.

Відома аналітична фірма *International Data Corporation (IDC*) склала рейтинг інформаційних тенденцій у 2015 році: 1) інформаційно-комунікаційні технології – мобільні, хмарні, соціальні сервіси, 2) бездротова передача даних, 3) фаблети та "носибельна" (wearable) електроніка, 4) хмарні сервіси, 5) сервіси обробки великих масивів даних 6) Інтернет речей, 7) фундаментальні трансфор-

мації центрів обробки даних, які працюють на основі хмарних технологий, 8) мобільні і соціальні платформи та їх роль в різних сферах життя, 9) 3D друк, 10) китайський фактор – вплив Китаю на індустрію технологій (*Baidu, Alibaba и Tencent)* [15]. Пріоритетними напрямами розвитку Інтернет-технологій будуть мобільність, портативність, сенсорні технології і голосове керування.

Все це створює нові вектори розвитку і нові проблеми. Наприклад, Інтернет створив величезний бізнес-простір, в якому постала проблема швидкості зростання ефективності бізнесу і працівників. Актуальною є проблема комплексних показників ефективності. Стає реальною робочя телеприсутність.

Експерти прогнозують, що розвиток нових технологій дозволить здійснювати миттєвий переклад [3]. Це означатиме, що зникнуть мовні бар'єри і, відповідно, необхідність у перекладачах. За наявністю ефективного програмного забезпечення перекладу вивчення мов може стати нерелевантним. Миттєвий переклад може нейтралізувати мовні бар'єри у будь-яких каналах комунікації і сприяти збереженню мовного різноманіття у глобалізованому і технологізованому світі.

Майбутнє Інтернету в аспекті змісту будуть визначати такі фактори, як політичний режим, конфіденційність, реклама, авторські права, якісний контент [6, 7, 12]. Якість контенту стає пріоритетом. Контент залежатиме від каналу і багатоканальності, специфіки аудиторії, способів інформаційного споживання, інформаційних звичок. Проблема ефективної організації сайту виходить на перші позиції. Адаптивність, яка означає, що сайт майбутього адаптується до індивідуальних потреб користувача, стає новою вимогою. Сервіси, наприклад *Readability Evernote Clearly,* дозволяють прибрати зайві елементи з сайту. Це зумовлено тенденцією життя, а саме втомою від необмеженого вибору, як вважає Барри Шварц (Barry Schwartz). Концепція мінімалізму, ліквідація зайвих елементів відповідатимуть парадоксу обмеженого вибору.

Ці нові тренди висувають необхідність у професіоналах нового типу, наприклад контент-стратегах, веб-редакторах, ком'юніті-менеджерах, які можуть стати професіями майбутнього для лінгвістів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Будущее веб браузеров и экосистема устройств пользователя [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://habrahabr.ru/post/233937/

2. Будущее интернет-свободы [Електронний ресурс] – Режим доступу : tjournal.ru/paper/the-future-of-internet-freedom

3. *Бэлэни, Нэвин* (Naveen Balani) Будущее Web – за семантикой [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.iso.ru/print/rus/document6130.phtml

4. *Галичкина Е. Н*. Компьютерная коммуникация: лингвистический статус, знаковые средства, жанровое пространство / Е. Н. Галичкина. – Волгоград : Парадигма, 2012. – 320 с.

5. *Горошко Е. И.* Интернет-жанр и функционирование языка в Интернете: попытка рефлексии / Е. И. Горошко // Жанры речи. – Саратов : Наука, 2009. – Вып. 6. – С. 11–127.

6. Интернет будущего: каким он будет? [Електронний ресурс] – Режим доступу: -internetua.com/internet-budusxego--kakim-on-budet

7. "Интернет будущего – это не веб, а разговаривающие друг с другом программные интерфейсы" http://www.therunet.com/articles/3530-sebrant-20-let

8. *Каптюрова В. В*. Прагматичні принципи формування повідомлень у соціальних мережах та мікроблогах: автореф.дис. на здобуття наук. ступеня канд.філол.наук: 10.02.04 "Германські мови"/Віра Володимирівна Каптюрова; Київ. нац. ун-т. ім. Тараса Шевченка. – К, 2014. – 20 с.

9. *Каратаєва М. В.* Семіотика віртуальної комунікації: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: 10.02.04 "Германські мови" / Марія Володимирівна Каратаєва; Київ. нац. ун-т. ім. Тараса Шевченка. – К, 2014. – 20 с.

10. *Компанцева Л. Ф.* Интернет-лингвистика: когнитивно-прагматический и лингвокультурологический подходы: [монография] / Л. Ф. Компанцева. – Луганск : Знание, 2008. – 528 с.

11. Краудфаундеры запустили сбор средств на "умные туфли" с меняющими цвет вставками из электронной бумаги [Електронний ресурс] – Режим доступу:/tjournal.ru/paper/e-ink-shoes

12. Перспективы и будущее Интернета | Naked Science [Електронний ресурс] – Режим доступу : naked-science.ru/article/media/perspektivy-i-budushchee-inte капитализация

13. "Умные" туфли: электронные чернила разнообразят нашу обувь [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://mediafox.com.ua/news/393814 mediafox. com. ua/news/393814

14. *Холодковская Е. В*. Особенности синтаксиса англоязычного Интернет-комментария социальной сети Facebook / Е. В. Холодковская // Вестник Волго-

градского государственного университета. – Серия 2. – Языкознание. – Вып. № 1. – 2014. – С. 79–83.

15. Фирма IDC озвучила 10 прогнозов из мира технологий на ... [Електронний ресурс] – Режим доступу: naked-science.ru/article/media/firma-idc-ozvuchila-10-prognoz

16. *Baehr, Craig* and *Schaller, Bob*. Writing for the Internet. A Guide to Real Communication in Virtual Space. – 2010. – 226 p.

17. Crystal, David *Language and the Internet*. – Cambridge Univ. Press, 2004 – 284 p.

18. Emoji ☺ symbols [Електронний ресурс] – Режим доступу: fsymbols.com/emoji

19. Folklore and the Internet. Vernacular Expression in a Digital World. Edited by Trevor J. Blank. – Utah State University Press. – 2009. – 271 p.

20. Over 10,000 Japanese Kaomoji Text Emoticons in one Giant List! [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://japaneseemoticons.net

21. *Ploug, Thomas*. Ethics in Cyberspace. How Cyberspace May Influence Interpersonal Interaction–Springer Science+Business Media B. V. 2009. – 220 p.

22. Politics and Twitter / [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.economist.com/node/16056612

23. The 13 Celebrities With The Worst Grammar On Twitter: [Електронний ресурс] – Режим доступу:http://www.businessinsider.com/worst-celebrity-grammar-2013-6?op=1#ixzz3O2l968md

24. The Global Information Technology Report 2012 Living in a Hyperconnected. Soumitra Dutta and Beñat Bilbao-Osorio, editors/ INSEAD, World // World Economic Forum [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.weforum.org

25. *Wellman, Barry*. Little Boxes, Glocalization, and Networked Individualism / [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.chass.utoronto.ca/~wellman

26. Writing and the Digital Generation Essays on New Media Rhetoric. Edited by Heather E Urbanski. – 2010. – 268 p.

27. wordnik [Електронний ресурс] – Режим доступу: (@wordnik) | Twitter https://twitter.com/wordnik

28. wordability [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.wordability.net

Стаття надійшла до редакції 27.04.15

А. Д. Белова, д-р филол. наук, проф.
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

Виртуализация коммуникативного пространства

Статья посвящена перспективам и тенденциям развития виртуальной коммуникации и киберпространства, переходу к Интернету вещей и гиперконнективности с учетом информационных и коммуникационных технологий, политических и экономических факторов, поведенческих моделей, возрастных преференций. Визуализация коммуникативного пространства, персонализация Интернета, деглобализация, защита персональной и конфиденциальной инфо-

рмации будут оказывать решающее влияние на организацию коммуникативного пространства, качество контента, выдвигая новые требования к профессионалам в сфере коммуникации.

Ключевые слова: *виртуальная коммуникация, Интернет вещей, информационные и коммуникационные технологии, гиперконнективность, персонализация Интернет, конфиденциальная информация*

A. Belova, Dr. Philol. Sci., Full Professor
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

Virtualization of modern communication

The article highlights prospects and trends of virtual communication and cyberspace evolution in the direction of the Internet of Things, hyperconnectivity with the focus on information and communication technology, political and economic factors, behavior models, age preferences. Visualization of communication, Internet personalization, deglobalized future, privacy will make crucial impact on communication, content quality putting forward new requirements for professionals in communication-related fields.

Key words: *virtual communication, the Internet of Things, information and communication technology, hyperconnectivity, Internet personalization, privacy*

УДК 811.81'324-112=161.2

К. А. Білик, асп.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ФУНКЦІЇ ЛОГАРИФМІЧНОЇ ПРАВДОПОДІБНОСТІ ДЛЯ ПОРІВНЯННЯ СПЕЦІАЛІЗОВАНИХ КОРПУСІВ

Стаття присвячена дослідженню проблем корпусної лінгвістики. Розглядаються способи застосування функції логарифмічної правдоподібності для порівняння корпусів, зокрема корпусу поетичних текстів Р. М. Рільке з референтним корпусом, який знаходиться в обмеженому доступі. Доводиться доцільність застосування функції логарифмічної правдоподібності для пошуку слів, асоційованих із ключовим словом, і розробляється відповідна методологія.

Ключові слова: *корпусна лінгвістика, Р. М. Рільке, референтний корпус, нормативний корпус, асоціація.*

Корпусна лінгвістика – це метод дослідження великих масивів текстів, добраних з метою всебічного відображення певного

мовного явища. Вона є логічним продовженням методу експерименту та опитування, але, на відміну від них, вивчає мовні явища на автентичних зразках ужитку: матеріал корпусу створюється в реальних умовах, він не обмежений місцем проведення і має значно більший обсяг.

Корпусна лінгвістика – відносно нова методологія, яка викристалізувалася в мовознавстві останньої третини XX ст. Є всі підстави вважати її ефективною для дослідження художніх текстів, оскільки вона уможливлює роботу з загальним масивом праць одного автора й порівняння їх із загальномовними стандартами. Інтерес до корпусної лінгвістики спостерігається в європейському та американському мовознавстві вже протягом кількох десятиліть. Особливо багато уваги її розвитку приділяли американські дослідники (В. Френсіс, Г. Кучера, Д. Байбер, С. Ганстон), однак на сьогодні ця методологія стала загальносвітовою, оскільки вона придатна для роботи з будь-якою мовою. Багато галузей лінгвістики успішно послуговуються здобутками корпусної лінгвістики: лексикографія (Дж. Сінклер, В. Морріс, Г. Кйеллмер, У. Гайд, А. П. Гілі, Ґ.-М. де Шрювер, О. Норлінґ-Крістенсен), перекладознавство й контрастивні студії (С. Йоганссон, Д. Кенні), методика викладання (В. Хенг, Е. Брілл, М. Голлідей, С. Гренджер, Ґ. Беннетт, С. Конрад, А. Ґольдберґ), синтезування мовлення (В. Л. Джонсон, С. Нараянан, Р. Вітні, Р. Дас) і, що особливо важливо, когнітивна лінгвістика (Ч. Філлмор, Ш. Гріс, Р. Ленекер, Д. Глінн, К. Фішер, Ш. Вульфф, А. Стефанович, Х. Туммерс, Р. Бааєн, А. Дейнан, М. Делорж) й семантика (Д. Байбер, Дж. Ліч, Б. Лоув, Дж. Сінклер, Ш. Гріс, А. Стефанович, М. Делорж, Д. Див'як).

Витоки сучасної корпусної лінгвістики зазвичай убачають у конкордансах сакральних текстів (найперші датовано ще XVII століттям), де кожне вжите у Біблії слово наведено з його контекстом. Схожі за структурою публікації існували до 80-х років, зокрема кілька конкордансів текстів Р. М. Рільке було складено саме в ті роки: Р. Є. Брауна [3], Дж. Р. Бартлетта [2], Ю. К. Ґольдсміта [6]. Із появою та розвитком комп'ютерних технологій стоси паперів було оцифровано, і корпусна лінгвістика тепер асоціюється виключно із цифровими масивами даних.

Першим корпусом у сучасному розумінні вважається Brown corpus of Standard American English, який налічує 1 млн токенів, узятих із різножанрових текстів 1961-го року. Довгий час цей корпус був чи не єдиним (поряд із корпусом Lancaster-Oslo-Bergen), тож велику кількість досліджень засновано саме на ньому. Серед них і The American Heritage Dictionary of the English Language, перша лексикографічна праця, яка використовує корпусно-статистичні дані (частотність, дані про вжиток) [8]. Вважається, що методологія, використана у цьому словнику, знаменує перехід від прескриптивної лінгвістики до дескриптивної.

Стрімкий розвиток комп'ютерної техніки неминуче результував у підвищенні вимог до корпусів, і корпусу обсягом 1 млн слів виявилося замало для повноцінної репрезентації мови. До того ж, з'ясувалося, що корпусна лінгвістика може звертатися до специфічних проблем, а це вимагало складення нових, спеціалізованих (на противагу до загальних) корпусів. Наприклад, з'явилися акустичні (на противагу до письмових) корпуси, корпуси CMC, корпуси текстів, продукованих учнями або студентами (Learner Corpora), паралельні корпуси тощо. Нерідко такі корпуси створювалися з доволі неочікуваною метою: так, було складено корпус розмовної військової мови для того, щоб озвучити анімованого персонажа [9], корпус описів героїв популярних комп'ютерних ігор для вивчення їх наративів (І. Карілло-Масо [5]) або для оцінки різноманітності мови персонажів для подальшого використання гри у якості навчального матеріалу (наприклад Р. Пурушотма [9], Й. А. Ренкін [10], С. Л. Торне [12]); корпус фільмових діалогів став базою як для навчально-методичного матеріалу (М. А. Вокер) [13], так і для створення моделей пліткування у компютерній грі [4] (Дж. Бруск).

Основною перевагою корпусної лінгвістики для вивчення поетичних текстів Р. М. Рільке є те, що він дозволяє одночасно квантитативне і квалітативне дослідження, адже за допомогою корпусного аналізу можна встановити не лише частоту вживання певного слова, але і його безпосередні та більш віддалені кокуренти, їх характер та семантичне наповнення.

Дослідження проводиться на матеріалі укладеного нами спеціального корпусу художніх творів Р. М. Рільке, який охоплює всі основні опубліковані художні твори Р. М. Рільке : "Офіри Ларам" ("Larenopfer", 1895), "11 візій 5 Христа" ("Christus elf Visionen"), "Увінчаний снами"("Traumgekrönt"), "Мені до свята" ("Mir zur Feier",1899), "Свят-вечір" ("Advent", 1897), "Книга годин" ("Das Stunden-Buch", 1905), "Книга образів" ("Das Buch der Bilder, 1902, 1906), "Нові поезії" ("Neue Gedichte", 1907, 1908), "Реквієм" ("Requiem", 1909), "Дуїнянські елегії" ("Duineser Elegien", 1923), "Сонети до Орфея" ("Die Sonette an Orpheus", 1923), "Дві празькі оповідки" ("Zwei Prager Geschichten", 1899), "Оповіді про любого Бога" ("Geschichten vom lieben Gott", 1904), "Пісня кохання і смерті корнета Крістофа Рільке" ("Die Weise von Liebe und Tod des Cornets Christoph Rilke", 1906), "Нотатки Мальте Лявридса Бриґґе" ("Die Aufzeichnungen des Malte Laurids Brigge", 1910). Тексти впорядковано у строгому діахронічному порядку окремими файлами. Корпус налічує майже 296 344 токенів і є репрезентативним, оскільки він охоплює всю творчість Р.М. Рільке.

Більшість дослідників погоджуються, що пошук ключових слів – вдалий вихідний пункт для дослідження спеціалізованого корпусу. Ключове слово – це слово (тип), що зустрічається у корпусі набагато частіше за інші. Однак аналіз спеціалізованого корпусу вимагає порівняння його з нормативним (таким, що представляє мовну норму), а це передбачає нормалізацію статистичних даних про частотність. Програми, що використовуються для аналізу корпусів, такі як AntConc [1], найчастіше звертаються до функції логарифмічної правдоподібності (а також до критерію хі-квадрату і точного тесту Фішера [14]) для порівняння частотностей. За допомогою обраного статистичного тесту вираховується нормалізована очікувана кількість шуканих слів у аналізованому корпусі, яка порівнюється з його реальним значенням. Такий підхід дозволяє уникнути непоказових результатів, тобто таких, що є типовими як для аналізованого тексту, так і для нормативного.

За умови обмеженого доступу до референтного корпусу (тобто такого, що не дає можливості отримати файл його вмісту для підключення до програми, пропонуючи лише текстовий пошук) можна скористатися формулою функції логарифмічної правдоподібності (Log-Likelihood, LL), виведеної у статті П. Рейсона і Р. Гарсайда [11]. Змінними, необхідним для побудови цієї функції, є чотири наступні: кількість токенів у досліджуваному й референтному корпусі й кількість шуканих лексем у кожному корпусі.

Прикладом референтного корпусу, придатного для порівняння з корпусом Р. М. Рільке, є корпус DWDS, обмежений хронологічними рамками 1900–1926 років (який містить 27 244 тис. токенів). За допомогою суми результатів пошуку за шаблонами $l=Лексема* и $l=*лексема* можна отримати кількість усіх словоформ і композитів шуканої лексеми. Підставивши результат пошуку слова *Бог* до формули функції логарифмічної правдоподібності, з'ясовуємо, що слово *Бог* є дійсно значимим і ключовим для корпусу Рільке, оскільки результат LL=534,43 у більш ніж 100 разів перевищує один ступінь вільності, який є достатнім для засвідчення позитивного результату (докладніше див. [15]).

Ми вважаємо, що таку саму формулу можна використовувати для пошуку релевантних коокурентів ключового слова у корпусі, які, у свою чергу, можуть свідчити про асоційованість слів. Референтним і нормативним корпусом у такому випадку стане загальний корпус текстів Рільке, а спеціальними – збережені конкорданси із 20 (Корпус20), 50 (Корпус50), 80 (Корпус80), 100 (Корпус100) і 150 (Корпус150) знаків справа і зліва відносно досліджуваного слова. Нами з'ясовано, що при перевірці частотних слів корпусу за таким методом можна простежити дві наступні тенденції:

– позитивна, за якої слова можуть бути нерелевантними у Корпус20, однак демонструвати зростаючий показник LL зі збільшенням вікна конкордансу, найчастіше досягаючи апогею в Корпус80 та Корпус100. Таку тенденцію ми вважаємо випадком консоційованості й підтвердженням асоційованості слів.

– негативна, за якої слова можуть демонструвати релевантність у Корпус20 або Корпус50 (насамперед, через невисоку нормалізовану очікувану кількість знайдених слів і незначні розміри Корпус20 і Корпус50), однак вона знижуватиметься зі збільшен-

ням вікна конкордансу. Такий графік ми вважаємо підтвердженням самостійності досліджуваного слова відносно ключового слова в його конкордансі.

Окремим випадком першої тенденції можна вважати слова, які демонструють разюче високі результати показника логарифмічної правдоподібності (до кількох сотень). Нами було з'ясовано, що така поведінка є характерною для колокованих слів, які зустрічаються не на відстані безпосереднього сусідства. Таку поведінку ми вважаємо доказом асоційованості колокатів та показником загальномовної асоціації (на противагу індивідуальній асоціації, котра демонструє менш високі результати).

Таким чином, функція логарифмічної правдоподібності може бути використана для пошуку ключових слів у корпусі з референтним корпусом у напіввідкритому доступі, а також для відстеження асоціатів ключового слова. В результаті дослідження часткових корпусів, представлених конкордансами ключового слова Бог у корпусі Р. М. Рільке, регулярними коокурентами цього слова є: історія (Geschichte), кінець (Ende), великий (groß), рука (Hand), природа (Natur), дім (Haus), корінь (Wurzel), земля (Erde), серце (Herz), віра (Glaube). До частотних у корпусі, однак не консоційованих зі словом Бог відносимо: дитина (Kind), очі (Augen), жінка (Frau), смерть (Tod), ніч (Nacht), страх (Angst). Отже, маємо підтвердження домінування сакральних художніх концептів у концептосфері текстів Р.М. Рільке та їх вплив на не-сакральні концепти, що є представленими несакральною лексикою (РУКА, СЕРЦЕ), у тому числі просторовою (ЗЕМЛЯ, ГОРА, БУДИНОК).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Anthony L.* AntConc : A learner and classroom friendly, multi-platform corpus analysis toolkit / Laurence Anthony //proceedings of IWLeL. – 2004. – С. 7–13.

2. *Bartlett J. R., Rilke R. M.* Word index to Rainer Maria Rilke's German lyric poetry / James Ronald Bartlett and Rainer Maria Rilke. – Ann Arbor, Mich. : Univ. Microfilms Internat. – 1969.

3. *Brown R. E.* Index zu Rainer Maria Rilke: "Die Aufzeichnungen des Malte Laurids Brigge" / ed. by Russell E. Brown. – Frankfurt am Main : Athenäum-Verl., 1971. – 302 с.

4. *Brusk J.* Using Screenplays as Corpus for Modeling Gossip in Game Dialogues / Jenny Brusk // DiaHolmia. – 2009. – С. 139–144.

5. *Carrillo Masso I.* Developing a methodology for corpus-based computer game studies / Isamar Carrillo Masso // Journal of Gaming & Virtual Worlds. – 2009. – Т. 1. – № 2. – С. 143–169.

6. *Goldsmith U. K.* Rainer Maria Rilke: A verse concordance to his complete lyrical poetry. – Leeds : Maney, 1980. – XIX, 1593 S.

7. *Johnson W. L. et al.* Limited domain synthesis of expressive military speech for animated characters / W. Lewis Johnson [et al.] // Speech Synthesis, 2002. Proceedings of 2002 IEEE Workshop on. – IEEE, 2002. – С. 163–166.

8. The American heritage dictionary of the English language / ed. by William Morris. – Boston : American Heritage, 1969. – 1550 c.

9. *Purushotma R.* Commentary: You're not studying, you're just. / Ravi Purushotma // Language Learning & Technology. – 2005. – Т. 9. – №. 1. – С. 80–96.

10. *Rankin Y. A., Gold R., Gooch B.* Playing for keeps: gaming as a language learning tool / Yolanda A. Rankin, Rachel Gold, and Bruce Gooch // ACM SIGGRAPH 2006 Educators program. – ACM, 2006. – С. 44–50.

11. *Rayson P., Berridge D., Francis B.* Extending the Cochran rule for the comparison of word frequencies between corpora / Paul Rayson, Damon Berridge, and Brian Francis // 7th International Conference on Statistical analysis of textual data (JADT 2004). – 2004. – С. 926–936.

12. *Thorne S. L., Fischer I., Lu X.* The semiotic ecology and linguistic complexity of an online game world / Steven L. Thorne, Ingrid Fischer, and Xiaofei Lu //ReCALL. – 2012. – Т. 24. – № 3. – С. 279–301.

13. *Walker M. A., Lin G. I., Sawyer J.* An Annotated Corpus of Film Dialogue for Learning and Characterizing Character Style / Marilyn A. Walker, Grace I. Lin, and Jennifer Sawyer // LREC. – 2012. – С. 1373–1378.

14. *Weeber M., Baayen R. H., Vos R.* Extracting the lowest-frequency words: Pitfalls and possibilities / Marc Weeber, R. Harald Baayen, and Rein Vos // Computational Linguistics. – 2000. – Т. 26. – №. 3. – С. 301–317.

15. *Билык Е. А.* Поиск ключевых слов в корпусе Р. М. Рильке в условиях ограниченного доступа к референтному корпусу / Е. А. Билык // Международный научно-исследовательский журнал: Сборник по результатам International Research Journal Conference XXXVII. – Екатеринбург: Полиграфисті, 2015. – № 2 (33) Часть 2. – С. 47–49.

Стаття надійшла до редакції 29.04.15

Е. А. Билык, асп.
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

Особенности использования функции логарифмического правдоподобия для сравнения специализированных корпусов

Статья посвящена решению проблем корпусной лингвистики. Рассмотрены способы применения функции логарифмического правдоподобия для срав-

нения корпусов, в частности корпуса поэтических текстов Р. М. Рильке с референтным корпусом, находящимся в ограниченном доступе. Доказывается целесообразность применения её для поиска ассоциированных с ключевым слов и разрабатывается соответствующая методология.

Ключевые слова: *корпусная лингвистика, Р. М. Рильке, референтный корпус, нормативный корпус, ассоциация.*

K. Bilyk, PhD student
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

Application of log-likelihood function for comparison of two specialized corpora

The article discusses the challenges of corpus linguistics. It describes the usage of Log-Likelihood function as a means of comparison of two corpora, one allowing only limited access to its data. The article also suggests a method of searching for the associates of the keyword in the corpus of poetic texts by R. M. Rilke.

Keywords: *corpus linguistics, R. M. Rilke, reference corpus, normative corpus, association.*

УДК 81'42: 811.133.1

В. Б. Бурбело, д-р філол. наук, проф.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ПРО МОДЕЛЮВАЛЬНІ ЗАСАДИ ДИСКУРСУ

Статтю присвячено виокремленню основних типів дискурсивних моделей за напрямком конструювання відношень дискурсивного актора з позначуваним світом. Основну увагу приділено аналізу доцентрового екзистенційного франкомовного дискурсу.

Ключові слова: *дискурс, модель, конструювання, телеологія, семіозис.*

Сучасні мовознавчі науки приділяють значну увагу дослідженню мовленнєвої діяльності у різноманітних її виявах, зокрема дискурсивному. За допомогою мови і, ширше, різних семіотичних систем людина орієнтується у світі та адаптується до нього. Освоєння світу в людських спільнотах відбувається через його семіотизацію та надання йому певного смислу у різних видах спільній діяльності, взаємодії, спрямованої на досягнення визначеної

мети. У річищі останніх здобутків мовознавчих наук, філософії, суспільних наук саме дискурс відображає цю процесуально-результативну єдність мовленнєвої діяльності з навколишньою дійсністю в сукупності її мовних і немовних складових.

З огляду на це, постає питання про взаємовідношення світу, зовнішнього середовища, соціуму, з одного боку, і дискурсу – з іншого. Саме в дискурсивній площині часто розглядаються ті чи інші проблеми, пов'язані з різними формами освоєння та репрезентації дійсності, діяльності у світі; сама соціальна реальність у сучасних соціологічних уявленнях постає як продукт дискурсивного, комунікативного конструювання. Так серед новітніх соціологічних теорій та концепцій соціальної психології однією з найпоширеніших є концепція соціального конструктивізму, тобто постійного конструювання соціальної реальності, передусім, шляхом її дискурсивізації (П. Бергер, Т. Лукман, Дж. Келлі, К. Джерджен, Р. Харре та ін.). Так, П. Бергер і Т. Лукман зазначають, що мова реалізує світ у подвійному значенні слова: вона його осягає і вона його виробляє. Розвиваючи цю думку, дослідники пишуть: "Спілкування представляє актуалізацію цієї ефективності мови в ситуаціях віч-на-віч індивідуального існування. Інакше кажучи, люди постійно продукують свій соціальний світ не тільки завдяки своїм діям, але й завдяки мові; саме "проговорювання" створює реальність, оскільки те, що не проговорювалося, не існує" [Бергер 1995, с. 104].

У свою чергу, К. Джерджен, один із засновників конструктивістського підходу в соціальній психології, вважає, що "поняття і форми, за допомогою яких ми достягаємо розуміння світу і себе є соціальними артефактами, продуктами історично і культурно прив'язаних до ситуації взаємообмінів між людьми" [Gergen 1994, с. 49]. Учений зазначає також, що мова виводить свої значення в людській діяльності з того способу, у який вона функціонує в моделях людських відносин [там само, с. 52]. Аналізуючи сучасні підходи до аналізу дискурсу, Дж Потер, М. Уезерел, Р. Джіл та Д. Едвардс зазначають, що метафора конструювання відбиває три грані конструктивістського підходу. По-перше, дискурс створено з попередньо існуючих мовних ресурсів, та-

ким чином мова та мовні практики надають підґрунтя з термінологічних систем, наративних форм, метафор та звичних уживань, з яких можна зібрати конкретний витвір. По-друге, такий витвір включатиме вибір з можливостей, виходячи з орієнтації чи інтересів мовця. І по-третє, конструктивістська метафора нагадує, що більшу частину часу ми маємо справу зі світом у термінах дискурсивних конструкцій, адже наш доступ до світових подій, наукових відкриттів чи оцінки художнього фільму відбувається через конструювання в тексті чи розмові, У цьому сенсі такі тексти чи розмови конструюють наш світ [Potter 1990, с. 207–208].

У такій перспективі дискурс можна визначити у термінах *функціонально-смислової єдності, системної організації лінгвальних і позалінгвальних компонентів, їх закріплення, невіддільності* від певної суспільної практики. Крім того, дискурс не просто відтворює принципи суспільно-діяльнісної організації життя спільноти у різних її проявах, але й моделює їх, виходячи з власних лінгвальних і позалінгвальних можливостей. Так, передусім, ідеться про узгоджене позиціонування соціуму, спільноти, групи відносно певного предмета через його мовне позначення (вербалізацію) або використання інших семіотичних систем, закріплене у значеннєвих парадигмах. Водночас значеннєвий вимір доповнюється оцінними чи, ширше, конотативними вимірами, поміщаючись в іншу парадигму – систему уявлень, "картину світу", що наразі представлено у понятті "концепту" (С. Воркачов, Л. Бєлєхова, В. Карасик, О. Кагановська, А. Приходько, Ю. Прохоров, Ю. Степанов, Й. Стернін та ін.), "соціального уявлення (репрезентації)" (С. Московічі, А. Буайє та ін.). Отже, недостатньо лише позначити предмет чи явище певним чином, дати йому ім'я, але необхідно помістити його в певну соціальну реальність з її цінностями, уявленнями, традиціями тощо, в результаті чого відбувається "концептуалізація" у цьому широкому значенні. Крім того, сама процедура позначення пов'язується з певною метою – чому і для чого відбувається означення, а також з певним ставленням до позначуваного. Так відбувається "телеологічна семантизація", у процесі якої знак поміщається в певну систему відношень, релевантних для цього середовища. У цьому

процесі головну роль відіграє позиціонування актора – особи чи групи осіб, які позначають щось для когось з певною метою. Позиціонування визначається потребами, інтересами, цілями, необхідністю вирішення певних проблем і виражається, у першу чергу, як ставлення, роль, функція, відповідальність актора відносно певних явищ, предметів, а також відносно адресата. Саме позиціонування актора спричинює перетворення значень на засоби надання смислу предмету чи явищу за допомогою ситуативно застосованих операцій семантизації. Слід зазначити, що телеологічна складова є визначальною, адже саме відповідь на питання "з якою метою?" детермінує інші складові та загальну конструкцію дискурсивної моделі. Телеологія означення знаходиться у взаємозалежності з позиціонуванням дискурсивного актора, який встановлює певні відношення зі світом через знак (структури референції) і використовує його, завдяки операціям семантизації, для надання смислу цій моделі, актуалізуючи її "тут і зараз" та передачі цього смислу іншому. Так вибудовується складна структура відношень між усіма складовими процесу семіозису, яка і зумовлює той чи інший спосіб дискурсивного моделювання.

Таким чином, ми пропонуємо розглянути дискурс у розмаїтті його типів та різновидів як певну модель категоризації, структурування та позначення дійсності, яка включає низку складових, серед яких основними є:

– референційна (структури відношень позначення і світу),
– семантична (операції семантизації),
– позиціонувальна (акторіальна),
– телеологічна,
– семіотична (операції смислотворення),
– комунікативна (функціональна).

Виходячи з вищезазначеної структури дискурсивної моделі, представляємо у цій розвідці такі її типи: доцентрову екзистенційну, відцентрові інтерпретаційні (пізнавальну та регулятивну), інклюзивні (міфологічну, релігійну, художню), двоспрямовану (медійну), екстенсивну віртуальну.

Доцентрова екзистенційна модель є моделлю сприйняття і переживання себе у світі, постійного конструювання і само-

презентації ідентичності, яка формує особистісний дискурс переживання реальності його суб'єктом-експерієнсером.

Відцентрова інтерпретаційна пізнавальна модель формує науковий дискурс і, у поєднанні з іншими конструктивними модусами, лежить в основі науково-популярного та педагогічного дискурсів. У такій моделі світ стає об'єктом семіотичного освоєння, "річчю для людини". У дискурсі він аспектуалізується (піддається деконструкції) і знову формується як когнітивно-семіотичний конструкт, як власне когнітивно-дискурсивна модель світу. У такій моделі дискурсивний актор має тенденцію "делегувати" дискурсотвірне начало самому предмету дискусивізації, приховуючи себе за ним.

Відцентрова регулятивна інституційна модель є моделлю соціалізації та регулювання суспільних відносин. Ця модель має інституційне спрямування, прописуючи належний спосіб взаємодії у соціумі. У сформованих на її основі суспільно-політичних та нормотворчих дискурсах експерієнсер стає соціальним актором, який грає ту чи іншу роль, виконує певну передписану йому функцію. Осередком дискурсотворення тут стає колективний актор, інституційний конструкт, якому актори реальні, індивідуальні делегували свої права і на яких він спрямовує свою регулювальну дію.

Інклюзивні моделі є базисними, первинними відносно зазначених вище. До них слід віднести *міфологічний* та *релігійний* дискурси, які є установчими моделями конструювання цілісної системи уявлень про світ, регулювання відносин, переживання дійсності у єдності (повністю чи частково неподільній) світу і дискурсивного актора. Слід зазначити, що інклюзивна модель є синкретичною за своєю сутністю протомоделлю ще неподільних вимірів соціалізації/пізнання, з якої розвинулися спеціалізовані сучасні дискурси науки та права. До такого інклюзивного типу дискурсивних моделей слід віднести і мистецькі, художні, у яких відбувається вторинне моделювання екзистенційного виміру освоєння дійсності.

Двоспрямована модель є переважно сучасною *медійною* моделлю, суб'єкт якої виконує функцію посередника між адресатом

повідомлення і світом. Це своєрідний гібрид екзистенційної та інтерпретаційної моделей. Двоспрямовану модель сучасного медіадискурсу можна розглядати як "трансверсальну", адже вона може переорієнтовувати від- чи доцентрові дискурсивні вектори, позиціонуючи себе як центр їх опосередкування та інформаційного спрямування до широкого загалу, спільноти в цілому.

І, нарешті, останнім сучасним різновидом дискурсивної моделі можна вважати *екстенсивну,* яка є моделлю активного конструювання реальності за допомогою новітніх інформаційних технологій. Проте ця реальність має всі ознаки віртуальної, свого роду "моделі моделей", яка дозволяє дискурсивному актору брати на себе будь-яку функцію та розбудовувати, відповідно, різні типи "віртуальної реальності" у цьому новому дискурсивно-цифровому середовищі.

Слід зазначити, що в попередніх роботах ми вже зверталися до проблеми типологізації дискурсів, виходячи з домінантного комунікативного модусу та семіотичних засад творення та функціонування уявлень про світ у дискурсі, що виражається у взаємодії процесів відтворення (закріплення, повторення, стереотипізації) та творення (руйнації, трансформації усталених структур, формування нового) [Бурбело 2000]. У цій перспективі були виділені побутові дискурси з їх виражально-інформативною домінантою, найвищим рівнем актуалізації, а також дискурси інтерпретаційного пізнавального (науковий) та прописового (норма, закон) типу. Художній дискурс розглядався як ситезувальний, у якому задіяні основні принципи як відтворювального, так і інтерпретаційного смислотворення. Розглядаючи цю проблему, В. Карасик, запропонував типологію дискурсів, яка засновується на виділенні персонального та інституційного дискурсів. Перший включає побутовий та буттєвий, до якого входить також поетичний, художній. Інституційний дискурс, з погляду вченого, включає, педагогічний, науковий, політичний, медичний, релігійний різновиди [Карасик 2002, с. 299–346].

У цій розвідці ми детальніше зупинимося на аналізі екзистенційної дискурсивної моделі. Ця модель *експерієнсного* типу виходить із телеологічної настанови самопозиціонування у світі

через сприйняттєву призму позначення певної реальності, події, явища. Можна сказати, що ця модель є базовою, бо її сутність полягає у власне семіотизації дійсності у (ре)презентативній, (де)монстраційній перспективі. Ця модель лежить в основі повсякденного спілкування – суб'єктоцентричного, міжособистісного, експерієнсного. Референційні зв'язки засновуються тут на базових перцептивно-когнітивних структурах сприйняття, упізнавання, ідентифікації, категоризації світу та відповідного його позначення. Таке дискурсивне моделювання спрямовано на сприйняття і переживання себе у світі, на його семіотичне освоєння та включення до індивідуального простору, на конструювання себе у світі через особистісний досвід. Дискурси цього типу мають, з одного боку, самовиражальну суб'єктну домінанту, а з іншого – інформативне спрямування до іншого. Саме таку дискурсивну модель описує У. Еко у наступних міркуваннях: "Якби знак як рівність та ідентичність був когерентним склерозованому (й ідеологічному) поняттю суб'єкта, то знак як момент (завжди кризовий) процесу семіозису є інструментом, за допомогою якого суб'єкт постійно сам себе будує і руйнує. (…) Як суб'єкти ми є тими, ким нас робить форма світу, утворена знаками. Можливо десь ми і є тією глибинною пульсацією, яка породжує семіозис. Але ми пізнаємо себе виключно як семіозис в акті, системі значень, процесі комунікації" [Eco 1988, с. 61].

Такі побутові (само)презентативні, (де)монстраційні виражальні дискурси вирізняються тісною прив'язаністю (часово-просторовою, дейктичною, пресупозіційною) до конкретної комунікативної ситуації "тут і зараз". У ній дискурсивний атор ідентифікує елементи світу для себе та іншого, позиціонує себе як експерієнсер (свідок, учасник) і розбудовує доценторову, обернену до себе модель реальності. Він послуговується в цьому сприйняттєво-описовими структурами, егоцентрованими наративами, афективно-емотивними ресурсами мови. Прикладом такої екзистенціальної моделі може слугувати приватне листування, як-от збірка листів французького художника швейцарського походження Т. Верне, уривок з якої наведено далі:

"J'adore cette ambiance de pré-exposition, où le travail fait, on en dispose. On voit des gens. On fouille dans les caves à la recherche de cadres. On est plein d'idées générales dont on parle.

N'empêche qu'il faudrait étrangler l'inventeur de la "raspa" qui fait fureur ici. Chanté en serbe, c'est encore plus odieux qu'autrement. J'aime bien "les" Serbes et "le" serbe est joli et agréable, mais pas en musique de danse. C'est comme Wagner chanté en grec, ça va pas.

Remerciez tante Isa et Nanine pour leurs si gentilles lettres.

Soleil maintenent. Au haut (trop haut, souvent) parleur, Armstrong. Le merveilleux "If we never meet again" (ce dont il ne saurait être question). Mais c'est bien beau, et un peu de bob jazz ça fait, malgré le titre, bien plaisir.

Même jour, 20h55. Heureux, heureux, heureux. Je suis allé retrouver le gentil monsieur Grujié, secrétaire de la société. Je me suis envoyé un grand verre de la boisson d'été : du boza, espèce de vin nouveau, sans alcool, fait avec du blé et du citron. C'est frais, nourissant, épais. Long trajet en autobus du côté de Choubourra (quartier gitan). Au-delà. Villa de ville. Petit jardin. Grande pièce dans l'ombre. Un piano, des bouquins. Bernard Shaw, Strindberg, Joyce, Shakespeare, des Allemands, Proust, etc. Il a deux vices: les livres et les disques. C'était merveilleux, après ce mois et demi de turquerie, ethnographie et autres, de ce faire passer une bonne partita de Bach" [Vernet 2006, c. 73].

У такій дискурсивній площині відбувається семіотичне освоєння дійсності у її переживанні, а також спроба адаптації та гармонізації зі світом. Доцентровість виражається тут у включенні світу до особистого символічного простору мовця та проекції з нього цього конструкту до адресата, зокрема через мінливу систему самопозиціонування за допомогою займенника 1-ої особи однини чи особово-неозначеного *on,* або безособового *il*. Провідними формами дискурсивізації є фрагментарний опис та (само)нарація, побудовані на патернах сприйняття та уявлення. Дискурсивний актор розбудовує цю індивідуальну, сформовану ним самим реальність, розкладаючи синкретизм цілісного сприйняття/переживання світу на фрагменти, синтезуючи їх в обраних ним означувальних формах, пропускаючи їх через призму модаль-

ностй та оцінки. У цьому процесі цілеспрямування повідомлення надає йому смислової та комунікативної значущості.

Слід зауважити, що такий дискурс має безпосередньо чи опосередковано інтерактивний вимір і тому у його продукуванні велику роль відіграє метарівень, звернення до самого процесу семіотизації та дискурсивізації, його референційних, семантичних, комунікативних та інших параметрів. Актор нерідко сам встановлює та актуалізує зв'язки між реальністю та її позначенням, виходячи передусім із власних прагматичних настанов (намірів, мети), контексту. Він може звернутися до мотивувальних засад означення, його перцептивних, оцінних, комунікативних аспектів – сприйняття, розуміння співрозмовником презентованого та репрезентованого світу, зближення в його освоєнні (процедури оцінюванні, афектизації тощо).

Як уже зазначалося, екзистенційна модель є основою дискурсотворення інклюзивного типу, а саме художнього дискурсу. Звертаючись до листів Т. Верне знаходимо там і зразки його поетичного освоєння світу, включеного до екзистенційних рамок наратизованого особистого досвіду:

"La femme de chambre: "Bitte, ich muss arbeiten." Je lui crie: "Ich auch." Je la laisse arbeiten à midi. Je vais acheter un kilo de poires que je vais boulotter sous les ombrages, au Kalemegdan (Grand parc). Il fait chaud. Un peu vaseaux. Je chantonne et je m'amuse à composer ce petit poème:

Les mots pour te dire, amour, que je t'aime,
Dans l'ombre de mon coeur s'engendrent et s'animent.
Est-il plus pur dessein,
Plus périlleux abîme,
Que tendre la main
A autre que soi-même?

Sans briser le miroir
En changer le reflet,
Et croire aux effets
Du soir.

J'ai le kilo de poires lyriques. Il fait vraiment trop chaud et je vais me doucher et me raser au bateau" [там само, с. 71].

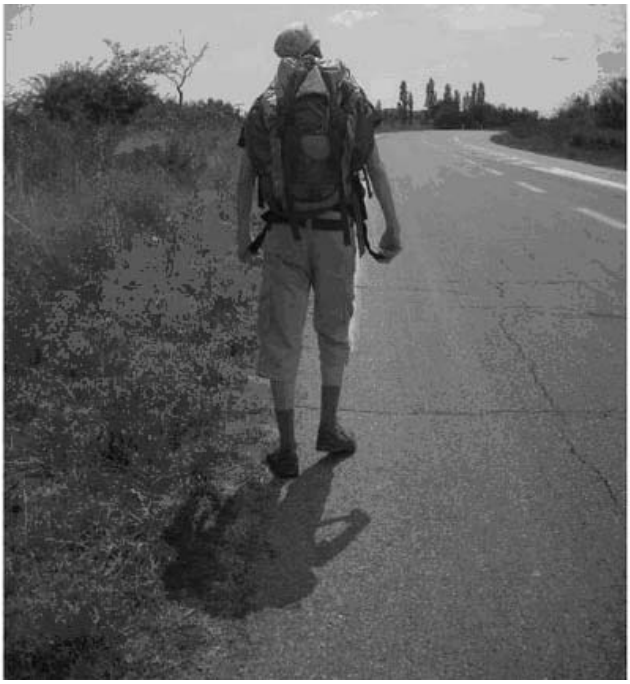
Широке залучення до екзистенційної дискурсивної моделі навколишнього світу, його елементів як у безпосередньому процесі референціювання, наприклад за допомогою жесту указання, монстрації, і як знака самого себе, сприйнятого у його цілісності дискурсивноим актором, може виражатися у доповненні наративних та описових мовленнєвих форм візуальними – малюнками, фотографіями. Так, листи Т.Верне нерідко включають і малюнки, які мають не лише ілюстративну функцію та відсилають до професії автора, але є також способом повереннння до синкретичного цілісного сприйняття світу до свого світу:

" Tabriz, le 22 novembre, 21 h.

On a bouffé très tôt ce soir, n'ayant presque pas bouffé à midi. Ça s'est trouvé comme ça. On s'est levé assez tard. Le lait bu, ça nous a menés tout de suite assez tard. Je vous ai écrit. A 13 heures, on est allé à la poste. Mais avant encore j'ai travaillé à "la mosquée". Je l'ai mise sur pied ce coup-ci, plus qu'à attendre que àa sèche et remettre une couche sur les vieux trucs qui apparaissent en transparence et ce sera fini. Maintenant ça a cette gueule-là: ça se tient mieux.

Sur ces entrfaites est arrivé Moussa qui a péniblement dit qu'il n'aimait pas le "moderne". Je lui ai répondu que ça "doesn't matter" et tout le monde était content. Tout à coup arrivée de Frölich et de Dietrich. Présentation des lieux. Ils ne faisaent que passer" [там само, с. 258].

Сучасні можливості мультимодального, полісеміотичного конструювання дискурсу сприяють ще потужнішій його візуалізації, завдяки чому до різних типів дискурсу повертається герменевтика цілісного сприйняття світу. Наступний фрагмент взято з поетичного фотоальбому Ж.-П. Руарана, в якому, в поєднанні виражальних можливостей фотозображення та поезії, передано враження автора-мандрівника.



"Ça monte !
Et tu montes...
Tu observes le Ciel.
Tu contemples le Soleil.
Tes pieds foulent la Terre.
L'eau s'échappe de ton corps.
Et l'ascension d'un tertre.
C'est l'épreuve de l'Air" [Roirand 2012, c. 12].

Наприкінці, звернімося до екстенсивного вектору дискурсивного моделювання віртуальної дійсності у новітніх ІТ жанрах, які поєднують елементи різних моделей, водночас надаючи їм "радіального" виміру комунікації, переживання, самопозиціонування та взаємооберненої гармонізації з реальним та віртуальним середовищем. Наступні уривки взято з блогу *Mais regarde donc le chemin!,* заснованого аматорами та пропагандистами велоспорту, який за основним жанровим

форматом є щоденником, хоча й обмеженим одним видом діяльності – велоспортом, через який виявляються інші вектори – екзистенційний, інформувальний, інтерпретаційнопізнавальний і навіть регулювальний. Текст постійно "переривається" фотографіями, як у наведеному нижче фрагменті:

"Pourquoi le VTT est-il un sport euphorisant ? Les toutes dernières recherches d'un mordu.

En Châtaigneraie : oldies but goodies

Au programme ce jour ? Une balade bien costaud sur la châtaigneraie cantalienne : 40 kms et plus de 1000 m. de D+. Plus que les jambes, je crois que c'est mon dos qui va s'en souvenir les jours prochains !

Comme une impression de survoler le paysage...

Marrant comme la mode est à la nostalgie dans le monde du VTT ce mois-ci : commémorations autour des 30 ans du Roc d'Azur par ci sur Vélo Vert, 40 ans de Spécialized relatés par là chez VTT Mag... C'est bien involontairement que je me suis mis au diapason en ressortant mon vieux Stumpjumper "presque tout-rigide" "de bientôt 20 ans : le X-Control est en révision. Heureusement, la Ronde de la Châtaigneraie est une rando roulante sans grande difficulté technique.

Et il faut bien casser la routine de temps en temps (ce que je fais finalement régulièrement à cette époque de l'année ! par exemple ici).

Eté indien terminé ? Une semaine plutôt pluvieuse est venue succéder au soleil d'octobre... et puis ce matin, le temps sec est revenu à pic (ça tombe bien, je l'avais trouvée moins drôle sous la pluie cette rando, voir ici). Enfin...le départ était pile à la bonne heure, en toute fin de matinée, pour que les brouillards tenaces sur Montsalvy soient enfin dissipés.

Je ne faisais quand même pas trop le malin dans les descentes initiales en sous-bois avec mes V-Brake bien fatigués et mon vieux Michelin XC Dry à l'arrière qui ne demandait qu'à dribbler à la moindre occasion (une belle daube ce pneu, mais il faut que je le termine). ça m'a changé du Lapierre : largué et crispé en descente, et par contre en pleine patate en montée grâce à la nervosité de l'arrière. Je me suis d'ailleurs risqué à plusieurs reprises d'en rajouter une couche (voire deux ou trois !) en relançant en danseuse, tout en me disant que je risquais de le payer par la suite...

Eh ben, même pas : la condition est bien là, ce qui me fait décidément râler quant à l'absence de compétitions proposées depuis septembre... Et les ravitos étaient très bien pourvus, d'où l'intérêt de s'y attarder ! Pour ce qui est des paysages automnaux, je crois que les photos parlent d'elles-mêmes... Bref, une belle journée sur une manifestation réglée comme du papier à musique et des bénévoles aux petits soins.

Et non, il n'y a pas que des Salers dans le Cantal!

Mercredi 04 juin 2014 " [Mais regarde donc 2014].

Як бачимо, переживання дійсності для себе стає його переживанням для іншого у багатоаспектному семіо-дискурсивному вимірі, в якому актор створює власну реальність, до спільного переживання якої він запрощує, залучає інше Я, яким може стати будь-хто. Сам спосіб створення та розповсюдження такої конструювальної моделі певним чином імітує екзистенційний синкретизм світу та занурення в нього через різні семіотичні форми. З огляду на це, на особливу увагу заслуговує подальше дослідження новітніх форм дискурсивного моделювання, що дозволить також по-новому осмислити традиційні, засадничі форми дискурсотворення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Бергер П., Лукман Т*. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания / Питер Бергер, Томас Лукман. – М. : Медиум, 1995. – 323 с.

2. *Бурбело В. Б.* Типологія дискурсів у просторі мовленнєвої діяльності / Валентина Броніславівна Бурбело // Вісник Київ. нац. ун-ту імені Тараса Шевченка. Іноземна філологія. Вип. 28, 2000. – С. 6–9.

3. *Карасик В. И.* Языковой круг: личность, концепты, дискурс / Владимир Ильич Карасик. – Волгоград: Перемена, 2002. – 477 с.

4. *Eco U.* Sémiotique et philosophie du langage / Umberto Eco. – P.: P.U.F. 1988. – 288 p.

5. *Gergen K. J.* Realities and Relationships: Soundings in social construction / Kenneth J. Gergen. – Cambridge: Harvard University Press, 1994. – 356 p.

6. Mais regarde donc le chemin ! [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://maisregardedonclechemin.hautetfort.com/

7. *Potter J.* Discourse: noun, verb or social practice? / Jonathan Potter, Margaret Wetherell, Ros Grill, Derek Edwards // Philosophical Psychology. – Vol. 3, No 2, 1990. – P. 205–217.

8. *Roirand J.-P.* Sur le chemin des Etoiles / Jean-Pierre Roirand. – Editions Lulu.com, 2012. – 112 p.

9. *Vernet T.* Peindre, écrire chemin faisant / Thierry Vernet. – Lausanne : L'Age d'homme, 2006. – 708 p.

Стаття надійшла до редакції 27.04.15

В. Б. Бурбело, д-р филол. наук, проф.
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

О моделирующих основах дискурса

Статья посвящена выделению основных типов дискурсивных моделей по направлениям конструирования отношений дискурсивного актора с означиваемым миром. Основное внимание уделяется анализу центростремительного экзистенциального франкоязычного дискурса.

Ключевые слова: *дискурс, модель, конструирование, телеология, семиозис.*

V. Burbelo, Dr. Philol. Sci., Full Professor
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

On modeling principles of discourse

The article is devoted to the delimitation of the specific basic types of discursive patterns within the scope of relationship construction between the discursive actor and the signified world. The focus is on centripetal existential analysis of the francophone discourse.

Keywords: *discourse, model, construction, teleology, semiosis.*

УДК 811.29=222.1'01

Г. В. Вертієнко, канд. істор. наук, мол. наук. співроб.
Інститут сходознавства ім. А.Ю. Кримського НАН України, м. Київ

НАЗВИ ДИСТАНЦІЙНОЇ ЗБРОЇ В МОЛОДШІЙ АВЕСТІ

У статті представлено аналіз молодоавестійської лексики, пов'язаної з термінологією дистанційної зброї давніх іранців – лука і стріл. Виявлено широкий спектр її диференційованості. Запропоновані нові тлумачення та уточнення дефініцій низки термінів: sruuī.staii- (позначення рогового хвостовика стріли); tiγråŋhō, aŋhū- (позначення кінцівок лука); aštaiiō (позиція рук при натягу лука в чотири ліктя); arəzaži- (метафора стріли); θanuuarətan- (метафора тятиви).

***Ключові слова**: Молодша Авеста, термінологія, зброя, лук, стріли, наконечники.*

Наступальною зброєю дальнього бою слугував перш за все *лук зі стрілами*, що входив до озброєння як осілих, так і кочових іранців. Термінологія, пов'язана з цією зброєю, й досі є предметом дискусій, що спонукає до повторного звернення до текстів Молодшої Авести, які зберегли відповідну лексику.

Найбільш цитований текст, що має стосунок до озброєння є ***Відевдат* 14, *9***, де йде мова про *лук* *θanuuar-*, *форма* та *матеріал* якого не уточнені. Натомість, коли йдеться про вміст колчану, то вказується *кількість* та *матеріал* наконечників, однак чого саме, в тексті не зазначено:

... tūiriia θanuuarə / рихда zaēnāuš / maṯ akana / maṯ θrisąs aiiō.aγrāiš ...

*... четвертий **лук**, п'ятий пояс з колчаном, з тридцятьма **залізними наконечниками** ...*

Термін *aiiō.aγrāiš* [Bartholomae 1904, 162; Malandra 1973, 268; Крюкова 2005, 265] має не зовсім однозначне розуміння, на що можуть вказувати інші переклади, в яких перша частина називає більш *крихкий* матеріал, наприклад *мідь* [Darmesteter 1880, 169; Modi 1927, 66; Амбарцумян 1998, 72]. Навряд чи можна погодитись і з перекладом *aiiō-* як *бронза* [Расторгуева, Эдельман 2000, 146–147]. З огляду на те, що схожий компаундний прикметник *áyoagrayā* характеризує наконечник зброї у Рігведи X, 99, *6*, якою Тріта подолав кабана [Malandra 1973, 268] і те,

що лише залізним знаряддям можна вбити таку тварину [Вертієнко 2014, 141, 145–146], спонукає до прийняття тлумачення *aiiō* як ***заліза***.

Наступний випадок вживання *ϑanuuar-* зафіксовано в контексті зі *стрілами* (термінологія яких розглянемо нижче) у ***Відевдаті* 17, *9*** (рефрен 17, *10*):

... ϑanuuarəca iṣauuasca ərəzifiiō.parəna ...

*... **луками** і стрілами з орлиним пером ...*

Яшт* 10, *39 демонструє відмінну форму закінчення терміна:

... iṣauuasciṯ aēṣąm ərəzifiiō.parəna / huϑaxtaṯ haca ϑanuuanātṯ / jiia.jatåŋhō vazəmna ...

*... стріли прямують з орлиним пером, з їх добре-тягнутих луків, де **тятиви віддача** рухлива ...*

Слово *jiia.jatåŋhō* пропонувалось розуміти як прикметник "та, що швидко летить / поражає" ("von der (Bogen)getroffen, geschnellt" [Bartholomae 1904, 611; Соколова 2005, 252]). І. Гершевич переклав його іменником "тятива" і схожим чином його розумів У.У. Маландра [Gershevich 1959, 93; Malandra 1983, 63]. Натомість ми спробуємо розглянути його по частинах, де перша, *jiia,* має значення "тятива" [Bartholomae 1904, 611], наступна, *jatå*, можливо, є похідним від дієслова *gan-*, що має перекладатись як "бити" чи "ударяти" [Bartholomae 1904, 602–603; 490].

Лексема *ϑanuuar-* одного разу виступає складовою *ϑanuuarətan-* в ***Яшті* 10, *128***:

... hazaŋrəm ϑanuuarəitinąm / asti yō gauuasnahe snāuiia jiia ...

*... тисяча **"струн" для лука**, цебто з жил оленя **тятива**...*

Термін *ϑanuuarətan-* має наступні різночитання: як *ϑanuuarəitinąm* написаний лише в рукописі Pt1 (1625 р.), у F1 (1591 р.) він має коректури в двох голосних – *ϑanuuarətanąm*. Без будь-яких виправлень цю ж саму форму, що в F1, це слово має і в B6. Рукописи P13 та H3 також мають цю форму, однак виписану як два окремих слова – *ϑanuuarə tanąm*. Наступні три манускрипти: E1 (1601 р.), L18 (1672), H4 (?) зафіксували його в формі *ϑanuuarətinąm* [Geldner 1889, 152].

Хр. Бартоломе для слова *ϑanuuarətay-* пропонує переклад "лук" [Bartholomae 1904, 785]. Однак, І. Гіршевичем запропонував розглядати його як двокомпонентний прикметник *ϑanuuar-*

tan- – "stretching, bending the bow", або як іменник "bow-stretcher". Другу основу *tani-* вважав епітетом до слова *jiiā-*, де **tan(a)-*, можливо має значення наближене до осетинського *tæn* – струна (музичного інструменту), що в свою чергу, можливо, має вихідну європейську базу **ten-* – 'натягувати' [Gershevich 1959, 137, 279–280; Абаев 1979, 262]. Термін *ϑanuuarətay-* має додаткове роз'яснення *asti yō gauuasnahe snāuiia jiia*, де вказується на матеріал з якого ***тятива*** зроблена. Ще одного разу назву тативи вжито в ***Яшті* 10, *113***, до якого ми повернемось далі.

На думку Хр. Бартоломе *ϑanuuan-* сходить до давньоіранського **ϑangu̯˚*, яке в свою чергу походить від дієслова *ϑang-* – "to pull" [Bartholomae 1904, 785]. М. Майрхофер надав іншу форму: **danvan*, беручи до уваги давньоіндійську термінологію для визначення лука *dhánvan-, dhánuṣ-*. Виникнення *ϑ* замість ***d*** на початку авестійського слова вчений пояснював впливом іранського дієслова *ϑang-* [Mayrhofer 1996, 773]. Однак його етимологічні пошуки навряд чи надали втішні результати, оскільки для *dhánvan-*, окрім розуміння як *лук*, запропоновано значення "степ, суха земля" тощо [Mayrhofer 1996, 774].

Розглянемо терміни, які пов'язують з поняттям *стріла*.

Лексема ***išu-*** є найбільш загальним в молодоавестійських текстах терміном для позначення стріли. Маємо 9 випадків вживання як самостійного слова (*Яшт* 1, *18*; *Яшт* 10, *24*; *Яшт* 13, *72*; *Відевдат* 4, *49*; *Відевдат* 9, *46*; *Яшт 10, 101*; *Яшт 10, 39*; *Відевдат 17, 9*; *Яшт 10, 129*) та 4 – як компонента слова (*Яшт* 14, *20*; *Яшт* 8, *6*; *Яшт* 10, *102*; *Яшт* 17, *12*) [Bartholomae 1904, 374]. Цей термін присутній в авестійсько-середньоперському глосарії – *Frahang-ī ōīm* 7, *336* (*asta.išum*) та *Pursišnīhā* 20 (21) (*išum*) [Bartholomae 1904, 374; Modi 1927, 67].

Термін має декілька різночитань [Geldner 1889, 153], наприклад у *Яшті* 10, *129* за найбільш раннім рукописом F1 (= E1, Pt1, K15) воно виписане як *ašunąm*, а в B6 (= L18, P13, J10, K40, H3, 4) – як *aṣaonąm*.

Етимологія цього слова може сходити до дієслова **aiš-* "бажати, шукати" чи **aēš-* – "швидко, стрімко рухатись, прямувати, поспішати" [Расторгуева, Эдельман 2000, 124–126].

Лексема *išu-* вживається з *прикметниками*, що характеризують тип оперення стріли: 1) орла (пор.: *PB* VI, 75, *11*), 2) стерв'ятника (хижого птаха). Наступні вказують на її стан – *iṣuš xᵛāθaxtō* (*"стріла, що добре натягнута"*) та *iṣaoš para.raϑβatō* (*"стріла, що далеко спрямована"*). Саме з прикметником *para.raϑβatō* У.У. Маландра пов'язує основу **pāθa-*, від якої, можливо, походить осетинське *fāt-* – "стріла" [Malandra 1973, 275].

Окремо зосередимо увагу на найбільш дискусійному описі стріли в ***Яшті* 10, *129***:

... iṣunąm kahrkāsō.parnanąm / zaraniiō.zafrąm sruuī.staiiąm / asti yā aŋhaēna sparəγa ...

... стріли грифо-пір'яні, злато-пащі, рого-зубцеві (хвостовики), цебто з кістяними відростками ...

В цьому тексті термін *išu-* охарактеризовано трьома двоскладовими якісними прикметниками, де останній має додаткове роз'яснення. Ми вважаємо, що кожен з них надає характеристику трьом окремим складовим стріли: оперенню, наконечнику та хвостовику. Спробуємо довести цю думку.

Відносно першого слова *kahrkāsō.parnanąm* яке скоріш за все характеризує тип *пташиного пера* (стерв'ятника або грифа [Gershevich 1959, 137, 280; Авеста 1997, 305, прим. 2]), що надавало цим стрілам якостей власника пера.

Наступний прикметник *zaraniiō-zafar-* зазвичай перекладають як "золотовустий" [Gershevich 1959, 137, 245, 280; Malandra 1973, 284–285, 286, 288; Авеста 1997, 305, прим. 2]. Відносно нього вже проводили аналогію з Ріґведою VI, 75, *15* [Malandra 1973, 284–285, 286]. Натомість, *zafar-* можна розуміти не лише як "вуста", а й як "пащу" [Bartholomae 1904, 1657], що може надати перекладу дещо інший відтінок значення – "з золотою пащею" [Bartholomae 1904, 1680 ("mit goldenem Maul"); Авеста 1997, 305, прим. 1]. Судячи з того, що *θrizafan-* ("з трьома пащами") використаний при описі Змія Захаки (*Ясна* 9, *7–8*; *Яшт* 5, *29*, *34*; 14, *40*; 15, *19*; 19, *37*, *47*, *49*, *50*) [Bartholomae 1904, 810–811], можна припустити, що в *Яшті* 10, *129* мається на увазі саме *зміїна паща*, яка без додаткового прикметника могла вказувати, що наконечник стріли є отруєним.

Іноді перекладачі ігнорують те, що в тексті вживана метафора відносно наконечника стріли, і це слово передають просто як *золоті наконечники* [Соколова 2005, 339].

Третій компаундний прикметник *sruuī.staiiąm* [Bartholomae 1904, 1650 – 'mit hörnernen Widerhaken' – "роговий гачок"] є найбільш дискусійним і зазвичай розуміється як характеристика наконечників, що мають ***шипи, як роги***,– "*each having as barbs two (small) horns*" [Gershevitch 1959, 137, 279–281; Malandra 1973, 265, 284–285; Авеста 1997, 305]. З нашого боку викликає найбільше нарікань переклад В.С. Соколової, яка пропонує переклад "з роговими древками" (*"с роговыми древками"*) [Соколова 2005, 339], що вкрай сумнівно з усіх точок зору.

Наступне словосполучення *asti yā aŋhaēna sparəγa* скоріше за все слугує для роз'яснення попереднього[Gershevitch 1959, 279], і з цієї причини *aŋhaēna sparəγa* має бути узгоджене з *sruuī.staiiąm* в смисловому плані, що демонструє переклад І. Гершевича – "*that is two sprouts made of bone*" [Gershevitch 1959, 137] (пор.: "some of which have stems made of bone" [Skjærvø 2007, 99]).

Окремо зупинимось на різночитаннях прикметника *aŋhaēna*. В рукописах F1, E1, Pt1, L18, K15, H3, H4 – *aŋhaēna*. У двох пізніх манускриптах K12 і J10 – *aŋhən* [Geldner 1889, 153]. В рукописі B6 виписано *aŋhaina*. Лише в одному випадку в Ml2 (XIX ст.). Імовірно, переклад В.С. Соколової базується саме на цій формі *aiiaŋhaēna*, яка, до речі, врахована Хр. Бартоломе [Bartholomae 1904, 156], і на цій підставі одночасно в її перекладі зафіксовано співіснування двох матеріалів: "с ***роговыми*** древками, из ***железного*** прута" [Соколова 2005, 338–339].

Втім, якщо припуститися, що мова йде не про наконечник, а про третій, не менш важливий компонент стріли, а саме *хвостовик*, то переклад стає більш зрозумілим і змальовує типові хвостовики, виготовлені з рогу чи кістки, які застосовувалися з доби пізньої бронзи до XVII сторіччя [Черненко 1981, 28].

Як компонент *išu-* присутній у слові *iṣuua.vasma* та складному іменнику *xšuiβi.išuš* – "той, що має швидкі стріли" [Расторгуева, Эдельман 2000, 124, 126; Соколова 2005, 164, прим.

3]. Останнє слово є епітетом міфічного стрільця з лука Ерехша у *Яшті* 8, *6*. Зазвичай це словосполучення перекладають як "стрілок" [Bartholomae 1904, 563; Авеста 1997, 252; Соколова 2005, 164–165]. Варто звернути увагу на першу частину цього слова, прикметник *хšиаēβа-* – "швидко чи плавно рухомий", що також вживається при описі змії в *Відевдаті* 18, *65* (*ажаіīō хšиаēβåŋhō*) [Bartholomae 1904, 560–562; Malandra 1973, 269].

Слово *tiγri-* [Bartholomae 1904, 651] є *hapax* в ***Яшті* 8, *6***:

... yaϑa tiγriš mainiiauuaså / yim aŋhaṯ ərəxšō xšuiβi.išuš / xšuiβi išuatəmō airiianąm ...

*... **стріла**, що ширяє в просторі, яку випустив Ерехш – швидкостріл, найшвидший з арійців ...*

В тексті це слово пов'язано з прикметником, який можна перекласти як "та, що ширяє", і саме *tiγri-* запускає найкращій арійський стрілок. Текст *Яшту* 8, *6* є цікавим з приводу співіснування в ньому двох термінів, що пов'язані з поняттям *стріли*. Етимологія *tiγri-* вірогідно сходить до прикметника *tiγra-* – "гострий" [Bartholomae 1904, 651], тим самим більше акцентуючи увагу на вразливості знаряддя, тоді як його швидкість втілюється в т.зв. епітеті Ерехша. Якщо попередній термін *išu-* не зафіксовано в більш пізніх текстах, то *tiγri-* продовжує позначати "стрілу" в пехлевійських текстах [MacKenzie 1986, 83].

Звернемось до ***Яшту* 10, *113***, переклад якого пов'язують зі стрілами, однак звичні терміни для визначення стріли тут відсутні, а йде мова про Мітру, як вершника, що має в руках два знаряддя – нагайку та лук:

... aštrå kahuiąn jiiå / nauiiϑiiąn tiγråŋhō aštaiiō ...

*... нагайки засвистять, тятиви заскриплять по **гострокістяним (при натяганні) в чотири ліктя** ...*

Слово *tiγråŋhō* пропонуємо розуміти як гострі кінцівки лука, на яких закріплюється тятива.

Для терміна *ašti-*, який використаний лише в цьому тексті, було запропоновано три варіанти перекладу "1. вісник; 2. стріла; 3. міра довжини" [Bartholomae 1904, 261]. У.У. Маландра схильний тлумачити його як "стрілу" [Malandra 1973, 271], тоді як в сучасному етимологічному словнику іранських мов він має по-

яснення "міра довжини в чотири пальці" [Расторгуева, Эдельман 2000, 252]. Натомість, І. Гіршевич порівнює його з давн.-інд. *apāṣṭá-* ('barb of an arrow') та *aṣṭi-* ('reaching') [Gershevitch 1959, 131, 265, 285]. Втім, виходячи з етимології *ašti-* *від* інд.-євр. основи **aṣṭá-* "чотири" [Mayrhofer 1992, 142, 143], можемо припустити, що йдеться про позицію рук при натягуванні лука, що складає *чотири ліктя.*

З термінологією дистанційної зброї також пов'язані два терміни, вжиті в ***Яшті* 13,** ***45*** і ***46***:

... ϑaxtå arəzažīš barəṇtīš ... ϑaxtaiiāṯparō aŋhuiiāṯ ...

... натягнуті ***"бойові змії" (стріли)*** *несуть ... натягнувши* ***плечі (лука)*** *обома руками …*

На етимології та значенні цих слів ми вже мали можливість зупинитися докладніше [Вертієнко 2014а, 31–32]. З цієї причини, стисло констатуємо, що *arəzaži-* є компаундним прикметником, який є метафорою поняття *стріли* з буквальним значенням "бойова змія". Його перший компонент може походить від іран. основи **arźah-* – "битва, бій" [Bartholomae 1904, 201, 202; Расторгуева, Эдельман 2000, 230], а другий компонент – від іран. *aži-* – "змій" (пор.: [Caland 1888, 67, Anm. ‚k']).

Що ж до терміну *aŋhū-*, то У.У. Маландра вивів його етимологію від інд.-євр. основи **os-* – "кістка" (пор. ав. *aŋhaēna-* – "зроблений з кістки" в *Яшті* 10, *129* [Gershevitch 1959, 137, 281, Com. 129]) і на цьому підґрунті запропонував значення: "композитний лук з рогу та сухожилля" [Malandra 1973, 268–269]. О.С. Ніколаєв, виходячи з контексту *Яшту* 13, *46*, надає перевагу перекладу "тятива" [Nikolaev 2009, 462, fn. 4]. На нашу думку, як і у випадку з вищерозглянутим *tiγråŋhō*, в *aŋhū-,* слід бачити "кінцівки (композитного) лука".

Отже, тексти Молодшої Авести зберегли широкий спектр термінології для позначення дистанційної зброї та її елементів:

– *лук*: *ϑanuuar-* (*Відевдат* 14, *9;* 17, *9*) / *ϑanuuan-* (*Яшт* 10, *39*);

– кінцівки лука: *tiγråŋhō* – "*гострі*" (*Яшт* 10, *113*); *aŋhū-* – "*кістяні* " (*Яшт* 13, *46*);

– позиція рук при натягу лука (?): *aštaiiō – "(при натяганні) в чотири ліктя"* (*Яшт* 10, *113*).

– *тятива*: *jiiā-* (*Яшт* 10, *113*, *128*) (*jiia.jatåŋhō – "тятиви віддача"* (*Яшт* 10, *39*));

– метафора тятиви: *ϑanuuarətan- – "струна для лука"* (*Яшт* 10, *128*);

– *стріла*: *išu-* (*Яшт* 1, *18*; 10, *24*, *39, 101, 129*; 13, *72*; *Відевдат* 4, *49*; 9, *46*; 17, *9*; *Яшт 10, 129*; як компонент: *Яшт* 8, *6*; 10, *102*; 14, *20*; 17, *12*); *tiγri-* (*Яшт* 8, *6*);

– метафора стріли: *arəzaži-* – "бойова змія" (*Яшт* 13, *45*);

– складові елементи стріли – *наконечники*: *aiiō.aγrāiš – "залізні наконечники (стріл)"* (*Відевдат* 14, *9*); *zaraniiō.zafrąm – "злато-пащі"* (*Яшт* 10, *129*); *оперення*: *kahrkāsō.parnanąm – "грифо-пір'яні"* (*Яшт* 10, *129*); *ərəzifiiō.parəna – "з орлиним пером"* (*Відевдат* 17, *9*); *хвостовики*: *sruuī.staiiąm – "рого-зубцеві"; aŋhaēna sparəγa – "з кістяними відростками"* (*Яшт* 10, *129*).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Абаев В. И.* Историко-этимологический словарь осетинского языка / В. И. Абаев. – Т. III. – Л., 1979: "Наука", Ленинградское отделение. – 358 с.

2. Авеста в русских переводах (1861–1996) / сост., общ. ред., прим., справ. разд. И. В. Рака. – СПб. Журнал "Нева"; РХГИ. 1997. – 480 с.

3. *Амбарцумян А. А.* Некоторые военные реалии по материалам древнейшего фрагмента иранского эпоса "Айдагар и Зареран" ("Сказание о Зарере") / А. А. Амбарцумян // Военная археология. Оружие и военное дело в исторической и социальной перспективе. Материалы Международной конференции 2–5 сентября 1998 г. – СПб, 1998. – С. 69–74.

4. *Вертієнко Г. В.* Концепт ВЕПРЯ в молодоавестійських текстах / Вертієнко Г.В // Мовні і концептуальні картини світу. – Вип. 50. – Ч. 1. – К., 2014. – С. 140–148.

5. *Вертієнко Г. В.* Що за зброя у *фраваші* (*Яшт* 13, *45–46*)? / Г. В. Вертієнко // XVIII Сходознавчі читання А. Кримського. Тези доповідей міжнародної наукової конференції. м. Київ, 17–18 жовтня 2014 р. – К., 2014а. – С. 31–32.

6. *Крюкова В. Ю.* Зороастризм / В. Ю. Крюкова. – СПб.: "Азбука-классика"; "Петербургское востоковедение", 2005. – 288 с.

7. *Расторгуева В. С., Эдельман Д. И.* Этимологический словарь иранских языков / В. С. Расторгуева, Д. И. Эдельман. – Т. I. – М.: Издательская фирма "Восточная литература" РАН, 2000. – 327 с.

8. *Расторгуева В. С., Эдельман Д. И.* Этимологический словарь иранских языков / В. С. Расторгуева, Д. И. Эдельман. – Т. III. – М. : Издательская фирма "Восточная литература" РАН, 2007. – 493 с.

9. *Соколова В. С.* Авеста. Опыт морфологической транскрипции и перевод / подготовка материалов к изданию и редактирование И. А. Смирновой / В.С. Соколова. – СПб. : Наука, 2005. – 544 с.

10. *Черненко Е. В.* Скифские лучники / Е. В. Черненко. – К. : Наукова думка, 1981. – 167 с.

11. Bartholomae Chr. Altiranisches Wörterbuch / Christian Bartholomae. – Strassburg: Verlag von Karl J. Trübner, 1904. – 2000 Kol.

12. *Caland W.* Über Totenverehrung bei einigen der Indo-Germanischen Völker / W. Caland / Verhandelingen der Koninkijke Akademie van Wetenschappen. – D. 17. – Amsterdam, 1888. – 79 S.

13. *Darmesteter J.* The Zend-Avesta / James Darmesteter. – P. I: The Vendîdâd. – Oxford: University Press & Clarendon Press, 1880. – 240 p.

14. *Geldner K. F.* Avesta. The Sacred Books of the Parsis / Karl F. Geldner. – Vol. II: Vispered and Khorda Avesta. – Stuttgart: W. Kohlhammer, 1889. – 277 p.

15. *Gershevitch I.* The Avestan Hymn to Mithra / Ilya Gershevitch. – Cambridge: University Press. 1959. – 357 p.

16. *MacKenzie D. N.* A Concise Pahlavi Dictionary / D. N. MacKenzie. – L. – N.Y. – Toronto: Oxford University Press, 1986. – 236 p.

17. *Malandra W. W.* A glossary of terms for weapons and armor in Old Iranian / William W. Malandra // Indo-Iranian Journal. – 1973. – Vol. 15/4. – P. 264–289.

18. *Malandra W. W.* An Introduction to Ancient Iranian Religion. Readings from the Avesta and Achaemenid Inscriptions / William W. Malandra. – Minneapolis: University of Minnesota Press, 1983. – 195 p.

19. *Mayrhofer M.* Etymologisches Wörterbuch des Altindoarischen / Manfred Mayrhofer. – Bd. I. – Heidelberg: Carl Winter Universitätsverlag, 1992. – 812 S.

20. *Modi J. J.* Archery in Ancient Persia – A Few Extraordinary Feats / Jivanji Jamshedji Modi // Asiatic papers. – P. III. – Bombay, 1927. – P. 65–76.

21. *Nikolaev A.* The Germanic word for 'sword' and delocatival derivation in Proto-Indo-European / Alexander Nikolaev // Journal of Indo-European Studies. – 2009. – Vol. 37/3. – P. 461–488.

22. *Skjærvø P. O.* Introduction to Zoroastrianism / Prods Oktor Skjærvø. – Harvard, 2007. – 121 p. – режим доступу: http://www.fas.harvard.edu/~iranian/Zoroastrianism/index.html.

Стаття надійшла до редакції 27.04.15

А. В. Вертиенко, канд. ист. наук., мл. науч. сотр.
Институт востоковедения им. А.Е. Крымского НАН Украины, г. Киев

Названия дистанционного оружия в Младшей Авесте

В статье представлен анализ младоавестийской лексики, связанной с терминологией дистанционного оружия древних иранцев – лука и стрел. Выявлен широкий спектр её дифференциации. Предложены новые толкования и уточнения к дефинициям ряда терминов: sruuī.staii- (обозначение рогового хвостовика стрелы); tiγråŋhō, aŋhū- (обозначение концов лука); aštaiiō (позиция рук при

натяжении лука в четыре локтя); arəzaži- (метафора стрелы); ϑanuuarətan- (метафора тетивы).

Ключевые слова: *Младшая Авеста, терминология, оружие, лук, стрелы, наконечники.*

H. Vertiienko, Cand. Phil. Sci., Junior Research Staff Member,
A.Yu. Krymskyi Institute of Oriental Studies,
National Academy of Sciences of Ukraine

The distant weapon in Young Avesta

The paper is devoted to the analysis of the Young Avestan lexis connected with the terminology of the distant weapon of Ancient Iranians – bow and arrows. The wide range of its differentiation is revealed. The new semantic interpretations and additions to their definitions are offered for several terms: sruuī.staii- (designation of a horny shaft of an arrow); tiγrâŋhō, aŋhū- (designation of bow shoulders of a bow); aštaiiō (the position of four cubit length of bow tipsl); arəzaži- (metaphor of an arrow); ϑanuuarətan- (metaphor of a bow-string).

Keywords: *Young Avesta, terminology, weapon, bow, arrows, arrowheads.*

УДК 82-84"652"

Ю. П. Вознюк, студ.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка

ГАСТИКА ЯК ВІДОБРАЖЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ (на матеріалі античних джерел)

У статті представлені результати дослідження античних джерел з точки зору гастики у контексті відображення національної ідентичності. Зокрема, аналізується культура споживання їжі, процесу спілкування за трапезою.

Ключові слова: *гастика, трапеза, античність, комунікативні зв'язки, соціокультурне явище, сакралізована форма спілкування.*

Найкраще про національні схильності та національний характер свідчать кулінарні уподобання та особливості трапези того чи того народу. Їжа й напої свідчать про життєві пріоритети людей, адже місце їжі у повсякденному житті визначає і місце інших цінностей, демонструє їхню справжню роль в культурі того чи іншого етносу. Немає сумнівів, що людей завжди буде об'єднува-

ти трапеза. Саме тому використання ситуації трапези як об'єкта семіотичних досліджень, зокрема в рамках гастики як науки про знакові та комунікативні функції їжі та напоїв, є **актуальними** при вивченні етнічних особливостей того чи іншого народу.

Метою дослідження є історико-культурологічний аналіз античної трапези як специфічного соціокультурного феномена, що виконував не лише роль життєзабезпечення людини, але й сприяв зміцненню соціальних зв'язків, впливав на етичні норми, акцентував сакральні цінності та створював особливу культуру харчування в античності.

Об'єктом дослідження є гастика як складовий елемент античної культури, її функції і місце в соціальній і культурній сферах грецького та римського суспільства.

Предметом дослідження є антична трапеза та її особливості.

Матеріалом дослідження слугували латинські та грецькі тексти класичного періоду.

Від часів архаїчної Греції до Риму в античному суспільстві бенкет як соціокультурне явище поступово змінювався та набував нових традицій та ритуалів. До зборів на трапезу люди ставилися серйозно. Як ми знаємо Сократ в античних творах зображений невибагливим до своєї зовнішності, однак у філософському трактаті "Бенкет" Платон зображує його дещо з іншого боку:

ἔφη γάρ οἱ Σωκράτη ἐντυχεῖν λελουμένον τε καὶ τὰς βλαύτας ὑποδεδεμένον, ἃ ἐκεῖνος ὀλιγάκις ἐποίει: καὶ ἐρέσθαι αὐτὸν ὅποι ἴοι οὕτω καλὸς γεγενημένος. καὶ τὸν εἰπεῖν ὅτι ἐπὶ δεῖπνον εἰς Ἀγάθωνος.

[Plato 1980, 174]

Арістодем говорив, що зустрів Сократа, той був гарно вмитий і в сандаліях, – таке з ним рідко буває, – і запитав його, куди ж то він так вирядився. – На бенкет до Агатона.

(Переклад У. Головач)

Характерно, що трапеза мала властивість об'єднувати людей, про що зазначав ще великий Гомер. Так, наприклад, в "Одіссеї", женихи, які добивалися руки Пенелопи, бенкетували разом, хоча й були суперниками. [Гомер, 2010, 17 пісня].

Епікур говорив:

'Ante' inquit 'circumspiciendum est cum quibus edas et bibas quam quid edas et bibas; nam sine amico visceratio leonis ac lupi vita est.'

[Seneca 1977, XIX, 10]

Перш дивись, з ким ти їси і п'єш, а потім вже, що їси і п'єш. Адже, нажертися одному, без друзів – справа лева або вовка!

(Переклад С. А. Орешова)

Як стверджують дослідники,"бенкетом керувала спеціально обрана людина – симпосіарх. Місця з правого боку від слуги, який прислужував за обідом, вважалися "вищими", з лівого боку – "нижчими", гостей же високопоставлених і найдорожчих для господаря усаджували по середній стороні столу, навпроти дверей на кухню" [Винничук 1988, с. 496]. Саме такий порядок Горацій зобразив у своїй сатирі:

…Sed quis cenantibus una,
Fundani, pulcre fuerit tibi, nosse laboro?'
'summus ego et prope me Viscus Thurinus et infra,
si memini, Varius; cum Servilio Balatrone
Vibidius, quos Maecenas adduxerat umbras.
Nomentanus erat super ipsum, Porcius infra.

[Q. Horatius : Sermones II,8].

.. Проте ж скажи мені, Фунданій,
Насамперед: хто були з тобою тут інші гості?
Верхнім був я, Віск біля мене, а з нами ж,
нижче, здається, Барій, Сервілій Балатрон з Вібідієм,
обидва Були як тіні: обох привіз Меценат із собою!
Між Номентаном та Порцієм був сам господар.

(Переклад М. Бичков)

За допомогою збережених епіграм Марціала ми можемо дізнатися,що саме споживали учасники бенкету:

Non derunt tibi, si soles propinein,
uiles Cappadocae grauesque porri,
diuisis cybium latebit ouis.
Ponetur digitus tenendus unctis

nigra coliculus uirens patella,
algentem modo qui reliquit hortum,
et pultem niueam premens botellus,
et pallens faba cum rubente lardo.
Mensae munera si uoles secundae,
marcentes tibi porrigentur uuae.
[Martialis, Epigrammaton Libri, V, 78]

Якщо п'єш перед їжею – закусок вдосталь:
І дешевий латук, і цибуля пахуча,
І солоний тунець в яйцях.
Запропоную я потім – спалиш ти пальці –
І капусти зеленої в чорній площі,
Що я тільки що зняв зі свіжою грядки,
І ковбасок, що лежать у білій каші,
І бобів жовтуватих з шинкою.
На десерт подадуть, як хочеш знати ти,
Виноград тобі в'ялений та груші.
(Переклад Ф. Петровський)

В "*Ars Amatoria"* Овідія знаходимо свідчення того, що серветками для витирання губ та рук римляни стали користуватися досить рано:

Carpe cibos digitis: est quiddam gestus edendi:
Ora nec immunda tota perungue manu.
[Ovid: Ars Amatoria 756].
Пальцями їжу легенько бери: рухи й тут є належні,
Рота рукою, скажім, не витирай за столом.
(Переклад А. Содомори)

"Як відомо з інших античних джерел, люди їли густу, круто зварену кашу з полби, проса, ячменю чи бобової муки також використовувалися кисломолочні продукти. А ось м'ясо вживали досить рідко. У будь-якому випадку м'ясо було дуже твердим, найчастіше з нього готували бульйон, його рідко смажили. Хліб і крупи були головними продуктами в античному світі. З них готували юшки та каші, такі, як маза, – суміш борошна, меду, солі, оливкової олії та води; турон – суміш борошна, тер-

того сиру і меду. Часто використовувалися квасоля та інші бобові рослини" [Винничук Л. 1988, С. 496].

Римляни досить часто використовували прянощі, приправи та коріння. Їх часто використовували для приготування м'ясних страв та різних соусів, куди найчастіше додавали оливкове масло та оцет.

Ось як кухар з комедії Плавта "Раб-брехунець", розповідає про приготування приправ до бенкету:

non ego item cenam condio ut alii coqui,
qui mihi condita prata in patinis proferunt,
boves qui convivas faciunt herbasque oggerunt,
eas herbas herbis aliis porro condiunt:
indunt coriandrum, feniculum, alium, atrum holus,
apponunt rumicem, brassicam, betam, blitum,
eo laserpici libram pondo diluont,
teritur sinapis scelera, quae illis qui terunt
prius quam triverunt oculi ut extillent facit.
ei homines cenas ubi coquont, cum condiunt,
non condimentis condiunt, sed strigibus,
vivis convivis intestina quae exedint.
hoc hic quidem homines tam brevem vitam colunt!
[T. Plauti, Pseudolus]

Та так я готую, як інші, ті?
Луги тобі на блюдах піднесуть вони
З приправою: не людям, а бикам той бенкет!
Трави дадуть, трава травою приправлена:
Кріп, часник, салат та різнокольорова
Капуста, ріпа, буряк, цибуля з петрушкою
Та фунт покладуть сільфу, смердючого,
Гірчиці злющої, та такий – поки труть,
Очі, дивись, і витекли у тих, хто тре.
Ось так-то скорочують люди короткий вік!
(Переклад А. Артюшкова)

Зі слів Крітія (V до н.э.) за кожного учасника пили по колу за здоров'я, як би підкреслюючи, таким чином, рівність учасників. За

чашею вина загальна розмова мала не тільки розважальний, але й інтелектуальний, філософський, етичний, естетичний характер.

Отже, в античному суспільстві трапеза розглядалась не тільки як харчування – утилітарний атрибут в повсякденному житті з конкретною функцію в системі життєдіяльності людини, але й співіснувала в культурній та соціальній сферах суспільства. Антична трапеза як засіб комунікації, що мала свою специфіку прояву в ритуальних діях, відтворювала етичну систему сакральних цінностей та створювала особливу культуру харчування давньої людини. Вона регламентувала не те, що саме люди споживали або як вони готували їжу, а поведінкові аспекти, що пов'язували весь комплекс побутових, соціальних, матеріальних і духовних явищ людських стосунків з етичними та естетичними константами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Винничук Л.* Люди, вдачі і звичаї Древньої Греції і Риму / Пер. з пол. В. К. Ронина. – М., – 496 с., 1988.

2. *Гораций К. Ф.* Оды. Эподы. Сатиры. Послания / Гораций Квинт Флакк. – Москва : Художественная литература, 1970. – 479 с.

3. *Марциал М. В.* Эпиграммы // Античная литература. / Под ред. Н. А. Фёдорова. – М., 1985. – 528 с.

4. *Овідій П. Н.* Любовні елегії. Мистецтво кохання. Пер. з латини А. Содомора. Передм. та комент. А. Содомори. – Київ : Основи, 1999. – 299 с.

5. *Плавт Т. М.* Комедии / Плавт Тит Макций. – М., Т. 2. – 1987. – 798 с.

6. *Платон.* Бенкет / Платон ; [перекл. з давньогрец., комент. У. Головач, вступ. ст. Д. Реале]. – Львів : Український Католицький Університет, 2005. – 178 с.

Стаття надійшла до редакції 28.04.15

Ю. П. Вознюк, студ.
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

Гастика как отражение национальной идентичности (на материале античных источников)

В статье представлены результаты исследования античных источников с точки зрения гастики, в контексте отражения национальной идентичности. В частности, анализируется культура принятия пищи, процесса общения за трапезой.

Ключевые слова: *гастика, трапеза, античность, коммуникативные связи, социокультурное явление, сакрализованная форма общения.*

Y. Vozniyuk, Stud.
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

Gastycs as a Reflection of National Identity (on the material of ancient sources)

In the article the results of studying of ancient sources in the context of gastics as reflection of national identity are represented. In particular, the culture of taking up food, the process of communication during the meal are analysed.

Keywords: *gastics, meal, antiquity, communication links, socio-cultural phenomenon, sacral form of communication.*

УДК 81'42.811.111

О. П. Воловик, асп.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ФУНКЦІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ МІКРОКОПІЇ НА КОРПОРАТИВНИХ САЙТАХ КОМПАНІЙ

У статті висвітлюються особливості функціонування мікрокопії у віртуальному просторі Доводиться вплив корпоративного дискурсу та корпоративної культури на формування мікрокопії на сайтах. Тексти мікрокопії розглянуто із урахуванням специфіки їх реалізації у віртуальному просторі. Зосереджується увагу на функціях мікрокопії та її впливу на користувача сайту.

Ключові слова: *мікрокопія, корпоративна культура, корпоративний дискурс.*

Зміна людських відносин та визнання їх важливості для успішної роботи команди підняло питання корпоративної культури. Компанії цілеспрямовано формують та підтримують корпоративну культуру, оскільки вона має прямий вплив на діяльність компанії. Кожній корпоративній культурі відповідає свій особливий корпоративний дискурс, який потрібно розглянути з лінгвістичної точки зору. Корпоративний дискурс є складовою корпоративної культури та її втіленням у комунікації працівників, спілкуванні з клієнтами та партнерами. Корпоративний дискурс є "цілеспрямованою комунікативною дією, що реалізується в інституційній сфері й виявляється в міжособистісних стосунках, обслуговує всі рівні функціонування компанії, відповідає основ-

ним положенням корпоративної культури і здійснюється з метою уніфікації поведінки працівників як представників однієї організації" [1]. Оскільки деякі компанії нараховують тисячі співробітників та мають дуже великі структури, корпоративний дискурс може відрізнятися відповідно до середи його вживання.

Серед рівнів функціонування компанії виокремлюють її віртуальну присутність. Кожному з рівнів функціонування компанії характерний свій корпоративний дискурс. Корпоративна комунікація, а саме корпоративний дискурс, реалізує корпоративну культуру у формі корпоративних кодексів, контентного наповнення корпоративних сайтів та під час всіх типів комунікації у компанії [3]. Глобальна тенденція збільшення уваги до корпоративної культури компаній, її інтеграції на всіх рівнях та важливість якісної віртуальної присутності бренда обумовлюють науковий інтерес до аналізу особливостей та складових частин корпоративного дискурсу у віртуальному просторі.

Корпоративний дискурс у мережі Інтернет характеризується підвищеною соціальної значимістю та широтою обсягу [2]. У віртуальному спілкування приймають участь велика кількість людей, які відрізняються за походженням, освітою, віком та не тільки. Оскільки лінгвістичне наповнення сайтів досить широка тема, звернемо уваги на один її аспект, який іноді краще інших допомагає передати стиль, тему та ідеї компанії – невеличкі фрагменти текстів, які супроводжуються користувача по сайту. Ці фрагменти текстів називаються мікрокопії. Саме мікрокопія втілює корпоративну культуру компанії та з легкістю передає її користувачам сайту. Оскільки мікрокопія не залишається поза увагою, її правильне формулювання має значний вплив на сприйняття користувачами компанії. Це невід'ємна частина наповнення сайту, який здатен передати ідеї корпоративної культури компанії.

Наповнення сайту грає визначну роль з огляду на зручність його використання користувачам, втілення корпоративної культури, загальне враження клієнта. Окрім графічного та текстового наповнення, сайти також додають копії, інакше кажучи, мікрокопії. Словник Merriam Webster Dictionary визначає мікрокопія, як "фотографічна копія на котрій надрукований чи графіч-

ний матеріал зменшується у розмірі" (Merriam Webster Dictionary). Але, у колах веб дизайну, мікрокопію визначаються, як маленькі шматочки тексту/копії, які допомагають полегшити та спростити дії користувачів сайту [4]. Правильний текст мікрокопії не тільки допомагає користувачам, але й передає культуру компанії. Ці короткі вирази та речення привертають увагу та сприймаються клієнтами та партнерами краще, ніж окрема сторінка з чітко прописаним текстом корпоративної культури. У віртуальному просторі увагу користувача привертають короткі та легкі для сприйняття вирази. Мікрокопія є саме цим. Оскільки цільова аудиторія будь-якого сайту є його користувачі, мову сайта підлаштовуються під його потреби. Правильно лінгвістично сформована мікрокопія один з елементів сайтів, який краще інших може передати культуру спілкування у компанії.

Чудовий приклад важливості мікрокопії це сторінка, через яку здійснюється продаж товару [5]. На рис. 1, зображено сторінку, де клієнт повинен ввести свої відомості про оплату, а саме тип картки, номер картки, строк дії картки, секретний код, своє ім'я та адресу розрахунку. Прикріпленою до цієї форми була система, яка сповіщала про помилки та причини відхилення оплати. Навіть якщо клієнти в кінці-кінців здійснювали покупку, важливо було знати, які перешкоди в них виникали. Весь час появлялися повідомлення про помилку у полі *Billing Address*. Виявилося, що ці оплати не проходили тому що люди вказували неправильну адресу, тобто не ту адресу, на котрій зареєстрована кредитна картка, з якою вони намагалися заплатити. Мовний вираз не виявився ефективним для донесення потрібної інформації та спонукання клієнта на правильні дії. Таким чином було вирішено вставити мікрокопію під полем *Billing Address*, в якій було вказано, *Be sure to enter the billing address associated with your credit card*. Завдяки цієї фрази, помилки зникли, суттєво знизилася кількість запитань від клієнтів щодо оплати та прибуток компанії збільшився. Полегшення дій клієнтів сприяє формуванню позитивного іміджу компанії.

Рис. 1. Форма оплати

Текстове наповнення сайту відіграє дуже важливу роль при формування враження користувача. Хоча сайти наповненні картинками та іншими візуальними елементами, саме текст допомагає їм краще ніж що інше знайти те, що вони шукають. Часто текст сайту може звучати занадто формальним та незрозумілим за рахунок деяких вимог текстового наповнення сайту. Іноді може здаватися, що текст писала не людина, а якийсь комп'ютер, який вираховував потрібну кількість слів на сторінці для оптимізації її видачі пошуковими системами. Мікрокопія ж додає людяності сайтам та втілює ідеї корпоративної культури. Саме за допомогою мікрокопії можна передати бренд та культуру організації. Вона перетворює іноді сухий текст з настановами на щоденне мовлення та може навіть розважити користувача. Дуже важливо, щоб лінгвістичні вирази не тільки звучали гарно, а головне, щоб вони виконували своє прагматичне завдання. Наприклад, на рис. 2 Mailchimp замість стандартної фрази *Your emails have been sent* додає жвавості своєму сайту. Вони не просто повідомляють, а радіють разом з клієнтом. *High fives! Your campaign is in the send queue and will go out shortly*. Наказова форма дієслова спонукає клієнта радіти та святкувати. За допомогою мікрокопії

Рис. 2. Mailchimp

Mailchimp одночасно розважає клієнтів, піднімає їм настрій, знайомить їх ближче зі своїм брендом та передає свою корпоративну культуру. На сайті цієї компанії в окремому розділі прописана їх корпоративна культура. Вони розповідають, що цінують креатив та пристрасть своїх працівників, що і втілюється у маленькій, але дуже доречній та креативній мікрокопії на їх корпоративному сайті.

З проведеного аналізу слід визначити наступні функції мікроскопії.

1. Короткі вирази мікрокопії легко сприймаються користувачами сайту. Саме тому в мікрокопії важливо втілити стиль та культуру компанії. Це робить Facebook на рис. 3. Корпоративна культура організації підштовхує людей до відкритості і саме це втілює вираз, який є першим, що бачить користувач зайшовши на сайт (6). Компанія слідує своїй місії, надає можливість та навіть, спонукає людей до відкритості. Вираз *what's on your mind?* на багато більше передає ці ідеї ніж стандартний *enter text here*.

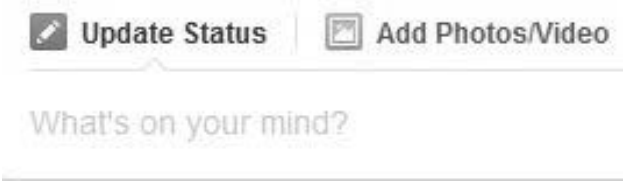


Рис. 3. Facebook

2. Мікрокопія створена для пояснення не повністю зрозумілих частин сайтів. Наприклад, на сайті може бути присутнє пошукове поле, але користувач може не знати для чого воно та які саме вирази та слова можна в нього вставляти. Саме тому компанія Chegg

у пошуковому полі свого сайту відразу надає клієнтам можливі пошукові варіанти, як зображено на рис. 4. Тим самим мова сайту допомагає пояснити користувачу, як саме відкрити повний спектр можливостей, які надає цей сайт. Коротко та чітко вказано: *Search for books, textbooks, solutions or homework questions*. Це відразу пояснює користувачу його наступні дії.

Рис. 4. Chegg

3. Мікрокопія на сайтах також використовується для того, щоб пояснювати користувачам використання сайту на прикладах. Іноді найлегше пояснити через відповідний приклад. Саме так і вирішили зробити на сайті Zappos, як зображено на рис. 5. У пошуковому полі вказані конкретні приклади того, що можна в них знайти та придбати прямо через сайт: *Shoes, Clothing, Bags, etc*.

Рис. 5. Zappos

4. Окрім того, щоб пояснювати клієнтам можливості сайту, мікрокопія також використовується з розважальною функцією. Будь-яка компанія намагається покращити настрій свої клієнтам. Гарний настрій клієнтів збільшує шанси того, що вони повертитимуться знов і знов, особливо якщо саме мова сайту покращує їм настрій. Саме тому Pinterest використовує мовлення, притаманне виступам

у цирку для привертання уваги (*Drummroll please…*), появи позитивних конотацій з даним брендом та покращення настрою користувача. Це можна побачити на рис. 6. Кнопка *No Thanks* та *Come See for Yourself* не просто надається користувачу два варіанти, але відразу спонукають до дія, яку потрібно зробити.

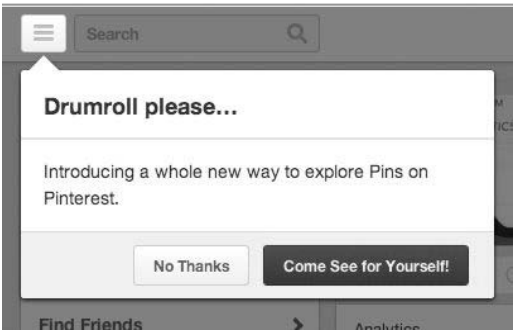


Рис. 6. Pinterest

5. Особливо важливою для компаній є можливість будувати довіру та збільшувати лояльність клієнтів за допомогою мови мікрокопії. Наприклад, компанія може пояснити, для чого саме їм потрібен телефон користувача при реєстрації, або запевнити, що їх персональні данні будуть надійно збереженні. Все це робиться декількома виразами чи словами мікрокопія, як на рис. 7. Під час організації конференції Twitter, сайт гарантував користувачам, що поштовий адрес, указаний при реєстрації, буде використано лише один раз. Крім того, вони це вказали живою мовою, ніби при спілкування друзів: *Don't worry, we'll only use your email address once*.

Рис. 7. Twitter

6. Мова сайтів повинна вказувати користувачам на їх можливі наступні дії. Мікрокопія допомагає відповідати на запитання користувачів до того, як вони з'являються.

Отже, мікрокопія грає важливу роль при текстовому наповненні сайту. Вона допомагає скерувати дії користувачів, пояснити можливості сайту та забезпечити його легке використання. Маркетологи використовують короткі вирази мікрокопія для вирішення проблем користувачів, для їх розважання та для побудови довіри.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Ананко Т. Р.* Англомовний корпоративний дискурс : Автореф. дис... канд. філ. наук : 10.02.04 / Т. Р. Ананко – Харків., 2008. – 14 с.

2. *Данюшина Ю. В.* Многоуровневый анализ англоязычного сетевого бизнес-дискурса : Автореф. дис. ... доктора филологических наук : 10.02.04, 10.02.19 / Ю. В. Данюшина – Москва, 2011 – 49 с.

3. *Колобова А. А.* Социопрагматика корпоративного дискурса : на примере текстов корпоративных кодексов американских компаний : Автореф. дис. ... кандидата филологических наук : 10.02.04 / А. А. Колобова – Москва, 2009 – 24 с.

4. Crawford, Microcopy – Why is it so important? – 11.02.2011 – Режим доступу: http://unmatchedstyle.com/news/microcopy-why-is-it-so-important.php – Дата звернення: 11.01.2015

5. *Porter J.* Writing Microcopy [Електронний ресурс] – 2009. – Режим доступу: http://bokardo.com/archives/writing-microcopy/ – Дата звернення: 15.01.2015

6. Facebook Culture – Електронний ресурс] – 2015. – Режим доступу: http://newsroom.fb.com/company-info/ – Дата звернення: 10.02.2015

Стаття надійшла до редакції 27.04.15

О. П. Воловик, асп.
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

Функциональные особенности микрокопии на корпоративных сайтах компаний

В статье проанализированы особенности функционирования микрокопии в виртуальном пространстве. Определяется влияние корпоративного дискурса и корпоративной культуры на формирование микрокопии на сайтах. Тексты микрокопии рассмотрены с учетом специфики их реализации в виртуальном пространстве. Обращается внимание на функции микрокопии и ее влияние на пользователей сайта.

Ключевые слова: *микрокопия, корпоративная культура, корпоративный дискурс.*

O. Volovy, PhD student
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

Functional aspect of a microcopy on corporate websites

The article addresses a microcopy, as an element of corporate website. The author shows how the microcopy reflects the corporate culture and corresponds to the corporate discourse of a company. In addition, the author analyses the functions of the microcopy and its effect on the users of a website.
Keywords: *microcopy, corporate culture, corporate discourse.*

УДК 81'373.7

В. А. Гладка, канд. філол. наук, доц.
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

ІНТЕРПРЕТАЦІЯ ПОНЯТТЯ КОЛІГАЦІЇ У СУЧАСНІЙ НАУЦІ

Проаналізовано підходи до вивчення явища колігації у сучасній лінгвістиці, а також з'ясовано його природу та функціонування. Проведений аналіз різних тлумачень явища колігації, яке розуміється як відношення між лексичними та граматичними категоріями, дозволяє відокремити його від поняття колокації як відношення між суто лексико-семантичними категоріями.
Ключові слова: *колігація, колокація, словосполучення, граматична категорія, коокуренція.*

У центрі досліджень лінгвістики повсякчас знаходяться різного роду угрупування мовних одиниць, які, подібно до лексичних одиниць, забезпечують лінійність і зрозумілість мовлення в процесі комунікації. Науковці вивчають сукупність усіх мовних ознак різних словосполучень, їхню просодичну організацію, морфолого-синтаксичну структуру, лексико-фразеологічні та стилістичні особливості, соціолінгвістичну зумовленість тощо [1; 2; 3; 4 та ін.]. У сучасній лінгвістиці все більше привертає увагу діалектична єдність двох мовно-мовленнєвих явищ – колокації та колігації, яка, власне, й лягла в основу принципу сполучення слів [5; 6; 7 та ін.]. Зазначимо при цьому, що поняття колокації досить ґрунтовно представлено в наукових працях,

тоді як явище колігації аналізується в них побічно або ж отримує неоднозначне трактування, що утруднює подальші дослідження в цій площині. Саме цей факт зумовлює **актуальність** нашої розвідки, яка має за **мету** з'ясувати сутність явища колігації, що, в свою чергу, дозволить краще зрозуміти його природу та функціонування.

Насамперед звернемося до джерел виникнення самого терміна. Традиційно вважають, що термін *колігація* (colligation), так само як і *колокація* (collocation), належить англомовному фонологу й спеціалісту з просодії J.R. Firth (1957). Досліджуючи явище "єдності" (*solidarity*), він протиставив колокації, що означає "реальні слова в звичній для нас комбінації", колігаціям, які не можуть, за його визначенням, складатися зі слів як таких: "пов'язані в певній структурі, вони [колігації] не відповідають поділу слів на групи або підгрупи" (переклад з англійської мови тут і надалі наш. – В. Гладка) [8, с. 14]. У такий спосіб поняття колокації слугувало для позначення "лексичної коокурентності", яка не враховувала ні порядок слів, ані їх близькість, а поняття колігації – для позначення взаємозалежності граматичних категорій [там само, с. 12].

Традиційно вважають, що саме з появою праць британського лінгвіста зароджується теоретичне дослідження явищ колігації та колокації. Натомість концепція граматичного поєднання слів у реченні зустрічається ще в працях P.J. Harris (1750), який послуговувався в даному випадку терміном "колокація" [9, с. 29]. Цей термін, власне, використовував також англомовний лінгвіст XIX ст. У. Фаулер, який, досліджував внутрішню структуру дієслівних словосполучень і взаємозалежність їх компонентів на основі валентності їхніх комбінаторних моделей [10].

Подібні міркування спостерігаємо також у теоретичних доробках лінгвістів XX ст. Так, аналізуючи явище зрощення (coalescence), O. Jespersen (1922) говорить про сталі синтаксичні відношення між словами в межах речення. Зазначене поняття, на його думку, може позначати не лише усталений порядок слів або особливу синтаксичну структуру, а й комбінацію граматичних елементів [11, с. 376]. У такий спосіб граматична концепція O. Jespersen збігається з поняттям колігації J.R. Firth.

Дещо пізніше Ch. Bally (1951), розробляючи теорію синтаксичних явищ у фразеології, говорить про взаємозумовлене поєднання граматичних елементів, у чому, власне, можна вбачати зародження "концепції граматичних єдностей". Так, посесивність, за його твердженням, виражається у французькій мові за допомогою групи типу *la maison de Paul*, де слова *maison* і *Paul* можуть замінюватися іншими іменниками, тоді як взаємозалежне вживання форм означеного артикля *le, la*, *les* та прийменника *de* залишається незмінним [1, с. 76–77]. Саме ця фразеологічна концепція синтаксичних явищ Ch. Bally, як припускають у наукових колах, вплинула на розвиток теорії J.R. Firth після зустрічі з ним у Женеві [12; 13].

Не зовсім чітко сформульоване поняття колігації, висвітлене J.R. Firth на кількох сторінках, присвячених проблемам граматики, отримало неоднозначне трактування в подальших наукових розвідках.

Так, британська школа контекстуалістів запозичила термін *колігація* у його початковому значенні, тобто на позначення відношення між граматичними категоріями. Виходячи з контексту ситуації на граматичному рівні, контекстуалісти розуміють колігацію як "коокуренцію граматичних форм", протиставляючи її колокації як типовому й постійному оточенню даного елемента на лексичному рівні. Так, вони протиставляють, наприклад, колокацію окуренції *push + through* колігації verbe + particule [14, с. 65] або ж говорять про те, що колокація, наприклад *heavy drinker,* ілюструє колігацію "adjective + agentive noun" [цит. за: 15, с. 5].

Зазначимо, що такої ж думки дотримуються й деякі дескриптивісти, зокрема M. Lewis та ін., які використовують термін *колігація* на позначення продуктивної схеми pattern + pattern, напр.: колігація [verb of emotion] + [directional particle] покриває всі комбінації типу *run away, rush out, hurry down* і т.д. [16, с. 137].

У площині російської соціолінгвістичної концепції контексту ситуації колігація тлумачиться як "сукупність морфолого-синтаксичних умов, які забезпечують сполучуваність мовних одиниць", а вивчення цього явища зводиться до аналізу його оточення [6]. У такий спосіб колігація позначає відношення між

елементами в конструкції на відміну від колокації, яка позначає відношення між індивідуальними лексичними одиницями.

J. Sinclair, засновник корпусної лінгвістики, розширивши дещо початкове значення терміну *колігація,* трактував його як "окурентність граматичного класу або структурних моделей з іншими моделями, зі словом або реченням" [17, с. 145]. Саме такий підхід, за його словами, допомагає визначити природу "широкої ЛО", тобто мовного виразу, який має "лексичний центр" і який характеризується низкою синтаксичних, семантичних і прагматичних ознак, а саме: 1) лексична колокація (вираз вживається з певними лексемами), 2) граматична колокація (вираз детермінується певними граматичними одиницями), 3) колігація ("лексичний центр" входить до складу певної структури), 4) семантична преференція та 5) семантична просодія (вираз вживається з певним прагматичним навантаженням) [цит. за: 18, с. 7].

Інші представники корпусної лінгвістики, зокрема D. Bolinger [19], S. Hunston [20], M. Stubbs [21] та ін., визначають колігацію як регулярне відношення, яке спостерігається у висловленнях між окремою лексичною одиницею і граматичною категорією. Так, за спостереженнями M. Stubbs, слово *cases* часто зустрічається з граматичною категорією квантитативу у виразах типу *in some cases, in many cases* [21, с. 65].

Подібні міркування зустрічаємо також у французькій лінгвістиці. Так, сучасна дослідниця C. Bolly вважає, що колігація позначає конвенційне відношення між лексичною формою і синтаксичною ознакою або окремою граматичною формою, чим вона й відрізняється від колокаційних відношень, які поєднують лексичні форми. Напр.: колігаційна модель [*Il* + (Pron. pers) + *semble* + Adj. + *que*] породжує лексично обмежені вислови типу *Il (nous, me) semble évident / clair que*... [22, с. 63–64].

На думку J. François і J.-L. Manguin, термін *колігація* охоплює морфо-синтаксичні умови вживання мовних виразів, зокрема явище керування або валентності, які, власне, й зумовлюють вибір їхніх значень. Так, різниця дієслівної валентності специфікує два різних значення дієслова *tenir* в реченні *Le rendez-vous tient* {∅ vs *du miracle*}: вираз *qqch tient* ∅ означає

qqch subsiste / est maintenu, а вираз *qqch tient de qqch* означає *qqch relève de qqch* [23, с. 50].

Враховуючи вищевикладені міркування, колігація виступає одним із типів валентних структур стійкого характеру [22, с. 65] й уподібнюється до поняття валентності С.Д. Кацнельсона, Л. Теньєра, А.А. Холодовича, Г. Хельбіга та ін., для яких валентність була суто синтаксичним поняттям: вона відповідала кількості аргументів дієслова, іменника або прикметника, яка служить для утворення граматично правильного висловлення. Натомість у сучасних дослідженнях валентність відповідає формальному опису обов'язкових додатків лексичної одиниці не лише з точки зору їх кількості й граматичних категорій, а й з точки зору семантичних і лексичних обмежень [22, с. 65; 24, с. 160], що виходить за межі початкового розуміння поняття колігації, але ототожнюється з поняттям, представленим у працях корпусної лінгвістики.

Одноосібну думку на природу явища колігації висловлює М. Ноеу, засновник теорії "лексичної бази", згідно з якою призначення кожного слова полягає в тому, щоб бути вжитим у комбінації з іншими словами, в певних позиціях або граматичних функціях, в одному або кількох певних місцях фрази, параграфу або тексту [25]. Визначаючи колігацію як "граматичну комбінацію, якої дотримується слово, та позицію, якій це слово надає перевагу" [26, с. 234], М. Ноеу висвітлює різні колігаційні характеристики, непередбачувані a priori, але властиві більшості одиниць, які належать до одного семантичного класу, а саме: 1) граматичний супровід, якому дане слово або вираз надає перевагу, 2) граматичні функції, яким надає перевагу синтагма, до складу якої належить дане слово або послідовність слів, 3) позиція в послідовності (фраза, параграф, текст), яким дане слово надає перевагу [25]. Як бачимо, науковець, зараховуючи колігацію до явищ тактики, розглядає її як тенденцію деяких слів або конструкцій зайняти чітко визначене місце в мовному потоці, що підводить нас до думки, що колігації слів описують явища, властиві граматиці. І дійсно, у французькій мові, наприклад, детермінатив передує частіше іменнику, аніж прикметнику, прикметник найчастіше комбінується з іменником, прямий додаток займає постпо-

зицію відносно дієслова. Як наслідок постає питання: чим тоді відрізняються колігаційні відношення від граматичних?

Дати відповідь на поставлене питання намагався M. Halliday, засновник теорії лексико-граматичних відношень (Lexis-Grammar Theory), пояснюючи природу явища колігації через призму лексичної граматики. Одним з постульованих ним принципів полягає в тому, що кожна лексична форма має лексико-граматичну специфіку й навіть кожна лексико-граматична конструкція комбінується з обмеженою серією лексичних форм [цит. за: 14, с. 3]. Розглядаючи лексико-граматичну систему як імовірну за природою, його однодумці вважають, що кожна лексична одиниця виявляє ідіосинкратичну поведінку, що власне й говорить про "граматичний детермінізм" лексико-граматичної системи будь-якої мови [15, с. 5; 27]. Як наслідок, лексична граматика закріплює за кожною граматичною структурою лексичну парадигму (*resp*. колігація) і за кожною лексемою єдину групу синтагматичних партнерів (*resp.* колокація) [28]. Поклавши колігацію в основу принципу поширеної ідіоматичності мови, M. Halliday постулює це явище як "відношення між словом і граматичною структурою" [цит. за: 18, с. 6], але при цьому колігація позначає не взаємну атракцію між словами і категоріями, а тісний зв'язок між думкою і виразом.

Відокремлену позицію займають ті лінгвісти, які роблять спробу ототожнити поняття колігації та граматичної колокації [6, с. 4; 29, с. 33]. Підгрунтям такого підходу могло слугувати, на наш погляд, твердження J. Sinclair про те, що терміном *колокація* можна назвати лише лексичні колокації [30, с. 170], а також той факт, що J.R. Firth, власне, й увів термін *колігація* на позначення граматичної коокурентності [31, с. 190]. Натомість у теоретичних дослідженнях колокацій граматичний компонент ніколи не відкидався, оскільки мова йде насамперед про комбінацію в межах синтаксичної структури. Навіть якщо враховувати, що обидва ці явища стосуються окуренції граматичних елементів або категорій, вони передбачають поєднання одиниць різних рівнів. Так, граматичну колокацію тлумачать як "комбінацію одного повнозначного (лексичного) слова (дієслова, іменника, прикметника) і одного граматичного слова (як правило,

прийменника)" [32; 33, с. 22; 34, с. 44]. Тоді як концепція колігації стосується регулярних явищ між лексичними й граматичними одиницями та 1) функціями й синтаксичними категоріями, 2) вираженням граматикалізованої семантичної категорії (модальність, аспектуальність, часовість, заперечення, посесивність тощо), 3) позиції у реченні або ж у тексті [18, с. 6]. Як наслідок, поняття колігації належить дослідженням із синтаксису, зокрема вченням про синтаксичні зміни, граматикалізацію, організацію тексту, а вивченням граматичних колокацій займається лексична синтагматика. У такий спосіб поняття колігації можна розглядати як суміжне явище відносно граматичної колокації, але в жодному випадку не ототожнювати їх.

Отже, аналіз різних тлумачень явища колігації, яке ми розуміємо як відношення між лексичними та граматичними категоріями, дозволяє нам відокремити його від поняття колокації як відношення між суто лексико-семантичними категоріями.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Bally Ch*. Traité de stylistique française : en 2 vol. / Ch. Bally. – Vol. I. – Genève : Librairie de l'Université Georg & Cie S.A., 1951. – 595 p.

2. *Баран Я.А.* Фразеологія у системі мови: монографія / Я.А. Баран. – Івано-Франківськ, 1997. – 176 с.

3. *Брагина А. А*. Синонимический ряд: словосочетание – слово / А. А. Брагина // Новые слова и словари новых слов; отв. ред. Н.З. Котелова. – Академия Наук СССР, Ин-т русского языка. – Л.: Наука, 1978. – С. 91–94.

4. *Копыленко М. М.* Сочетаемость лексем в русском языке / М. М. Копыленко. – М.: Просвещение, 1973. – 120 с.

5. *Борисова Е. Г.* Коллокации. Что это такое и как их изучать? / Е. Г. Борисова. – М.: Филология, 1995. – 49 с.

6. *Влавацкая М. В*. Понятия коллокации и коллигации в диахроническом рассмотрении / М. В. Влавацкая // Актуальные проблемы филологии и методики преподавания иностранных языков: мат. конференции. – Новосибирск: Новосибир. гос. пед. ун-т, 2011. – Режим доступа: http://ffl.nspu.net/files/konf-2011-15.pdf

7. *Тер-Минасова С. Г.* Словосочетание в научно-лингвистическом и дидактическом аспектах / С. Г. Тер-Минасова. – М. : Высш. шк., 1981. – 145 с.

8. *Firth J.R*. A Synopsis of Linguistic Theory: 1930–1955 / John Rupert Firth // Studies in Linguistic Analysis. – Oxford: Philological Society, 1957. – P. 1–32.

9. *Bartsch S*. Structural and Functional Properties of Collocations in English. A Corpus Study of Lexical and Pragmatic Constraints on Lexical Coocurrence / S. Bartsch. – Tübingen: Narr, 2004. – Accessible à: http://www.linglit.tudarmstadt.

10. *Burlakova V.* Contribution of English and American Linguistics to the Theory of Phrase / V. Burlakova. – M. : Higher School Publishing House, 1971. – 107 c.

11. *Jespersen O.* Language, its nature, development, and origin / O. Jespersen. – New York : H. Holt, 1922. – Accessible à : http://www.archive.org

12. *Léon J.* Aux sources de la "Corpus Linguistics" : Firth et la London School / J. Léon // Langages. – 2008. – № 171. – P. 12–33.

13. *Rebori V.* The legacy of J.R. Firth: a report on recent research / V. Rebori // Historiographica Linguistica XXIX. – 2002. – № 1/2. – P. 165–190.

14. *Gledhill Ch.* Collocation, phrasème, dénomination :vers une théorie de la créativité phraséologique / Ch. Gladhill, P. Frath // La linguistique. 2007. – № 43. – P. 63–88. – Disponible sur : www.res-per-nomen.org/

15. *Legallois D.* Peut-on mesurer la naturalité des énoncés? / D. Legallois // Mémoires de la Société de linguistique de Paris. – 2008. – № 16. – Disponible sur : http://www.crisco.unicaen.fr

16. *Lewis M.* Language in the lexical approach / M. Lewis // Lewis M. Teaching Collocation. Further Developments in the Lexical approach. – Hove : Language Teaching Publications, 2000. – P. 126–154. – Accessible à: http://www.monabaker.com /LexicalText.htm

17. *Sinclair J.* Reading Concordances. An Introduction / J. Sinclair. – London : Longman, 2003. – 200 p.

18. *Legallois D.* La colligation : autre nom de la collocation grammaticale ou autre logique de la relation mutuelle entre syntaxe et sémantique? / D. Legallois. – Disponible sur : http://www.crisco.unicaen.fr

19. *Bolinger D.* Meaning and Memory / D. Bolinger // Forum Linguisticum. – 1977. – № 1. – P. 1–14.

20. *Hunston S.* Colligation, lexis, pattern and text / S. Hunston // Scott M., Geoff Th. Patterns of Text: in Honour of Michael Hoey. – Amsterdam/Philadelphia: John Benjamin's Publishing Company, 2002. – P. 13–33.

21. *Stubbs M.* Words and Phrases. Corpus Studies of Lexical Semantics / M. Stubbs. – London: Blackwell, 2001. – Accessible à: http://www.uni-trier.de/fileadmin/ fb2/ANG/Linguistik/Stubbs/stubbs-2001-words-phrases-ch-1.pdf

22. *Bolly C.* Les unités phraséologiques : un phénomène linguistique complexe ? : thèse de doctorat / Catherine Bolly. – Louvain-la-Neuve, 2008. – 344 p. – Disponible sur : http://dial.academielouvain.be

23. *François J.* Dispute théologique, discussion oiseuse et conversation téléphonique : les collocations adjectivo-nominales au cœur du débat / J. François, J.-L. Manguin // Langue française. – 2006. – № 150. – P. 50–65.

24. *Lerot J.* Précis de linguistique générale / J. Lerot. – P. : Minuit, 1993. – 448 p.

25. *Hoey M.* Lexical Priming: A New Theory of Words and Language / M. Hoey. – London: Routledge, 2005. – 240 p.

26. *Hoey M. A* world beyond collocation: new perspectives on vocabulary teaching / M. Hoey // Lewis M. Teaching Collocation. Further Developments in the Lexical approach. – Hove: Language Teaching Publications, 2000. – P. 224–243. – Disponible sur: http://www.monabaker.com/LexicalText.htm

27. *Francis G.* Nominal group heads and clause structure / G. Francis // Word. – 1991. – № 42/2. – P. 144–156.

28. *Halliday M. A.* Lexis as a Linguistic Level / M. A. Halliday // In Memory of J. R. Firth [Ch.E. Bazell, J. C. Catford, M. A. Halliday, R. H. Robins]. – London / Harlow: Longmans, 1966. – P. 148–162.

29. *Granger S.* Disentangling the phraseological web / S. Granger, M. Paquot // Granger S., Meunier F. Phraseology : An interdisciplinary perspective. – Amsterdam / Philadelphia : John Benjamins, 2008. – P. 27–49.

30. *Sinclair J.* Corpus, Concordance, Collocation / J. Sinclair. – Oxford: Oxford University Press, 1991. – 200 p.

31. *Firth J. R.* Modes of Meaning / John Rupert Firth // Papers in Linguistics 1934–1951. – 1957. – P. 190–215.

32. *Benson M.* The BBI Dictionary of English Word Combinations / M. Benson, E. Benson, R. Ilson. – 2-nd ed. – Amsterdam/Philadelphia : John Benjamin's Publishing Company. – 1997. – 386 p.

33. *Svensson M. H.* Critères de figement. L'identification des expressions figées en français contemporain / M.H. Svensson. – Thèse de doctorat. – Umeå : Umeå Universitet, 2004. – 198 p. – Accessible à : http://umu.diva-portal.org

34. *Fontenelle Th.* What on earth are collocations? / Thierry Fontenelle // English today: the international review of the English language. – Cambridge, 1994. – Oct. 10:4 (40). – P. 42–48.

Стаття надійшла до редакції 28.04.15

В. А. Гладкая, канд. филол. наук, доц.
Черновицкий национальный университет имени Юрия Федьковича

Интерпретация понятия коллигации в современной науке

Проанализированы различные подходы к изучению явления коллигации в современной лингвистике, а также рассмотрена его природа и функционирование.

Проведений аналіз різних тлумачень явища колігації, яке розуміється як відношення між лексичними та граматичними категоріями, дозволяє відокремити його від поняття колокації як відношення між суто лексико-семантичними категоріями.

Ключевые слова: *коллигация, коллокация, словосочетание, грамматическая категория, коокуренция.*

V. Gladka, Cand. Phil. Sci., Associate Professor
Chernivtsi Y. Fedkovych National University

Interpretation of the Concept "Colligation" in Modern Linguistics

The article deals with the different approaches to the study of phenomena colligation in modern linguistics and clarifies its nature and functioning.

The analysis of different definitions of the notion "colligation" – which is referred to as correlation between lexical and grammatical categories – makes it possible to differentiate it from the notion "collocation" as a correlation between lexical-semantic categories.

Keywords: *colligation, collocation, phrase, grammatical category, coocurrence.*

УДК 81-26.347.78.034

А. Л. Гладковська, асп.
Інститут філології, КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ВІДТВОРЕННЯ ЕМОТИВНИХ ДІЄСЛІВ НЕГАТИВНОЇ ОЦІНКИ У КІНО- ТА ХУДОЖНІХ ПЕРЕКЛАДАХ ФЕНТЕЗІЙНИХ ТВОРІВ

У статті розглядається система перекладацьких засобів та прийомів відтворення емотивних дієслів негативного ставлення у художньому тексті через призму порівняння кіно- та художнього просторів. Особлива увага приділяється вербальним та невербальним засобам відтворення дієслів негативної оцінки. У статті також виведені найпоширеніші формули емотивних дієслів з іншими компонентами, які актуалізують їхній негативний характер та підсилюють негативний вплив у контексті дискурсу, а також визначені основні засоби, методи та принципи відтворення таких формул сполучень у перекладі.

Ключові слова: *емотивність, контекст, дієслівні емотиви, інтерсеміотичний переклад, емотивні семи, концепт*

Категорія емотивності є невід'ємною складовою перекладу і представляє особливий інтерес для перекладачів, оскільки передбачає урахування всіх контекстуальних відтінків та змін значень, які повинні знайти адекватне відображення у перекладі.

Проблему засобів актуалізації категорії емотивності неможливо визначити однозначно. Л. Піотровська розглядає емотивність як функцію мовних одиниць, пов'язану з вираженням емоційного ставлення мовця до об'єктивної дійсності [Піотровська 2007, 25]. Емоційне ставлення мовця до предмету дискурсу може виражатися імпліковано або у складній описовій формі. Суб'єктивно-психологічне ставлення мовця може виражатися за допомогою засобів,

які не містять емотивної семи, проте такими, які мають потенціал набувати емотивних ознак у контексті і, як наслідок, у перекладі.

Важливу роль у відтворенні емотивності у художньому просторі відіграє *контекст*. Н. Лук'янова вважає, що поза контекстом емотивність може не мати мовного статусу, проте у контексті чи у певній мовленнєвій ситуації виражати емоційне ставлення мовця до предмету дискурсу [Лук'янова 2011, 183].

В. Шаховський вважає, що емотивна функція мовних одиниць визначається здатністю мовця осмислювати висловлювання та свідомо здійснювати вибір мовної одиниці з певним емотивним кодом [Шаховський, 208, 112]. Завданням професійного перекладача є здійснити свідомий вибір адекватних лексичних засобів вираження емоцій мовця у конкретній ситуації. Картина відтворення емоційно-психологічного стану мовця включає безпосереднє та опосередковане вираження емоцій, яке він здійснює за допомогою емотивних компонентів та всього обсягу просторових повідомлень.

Однак такі емотивні моделі неминуче зазнають змін та *трансформацій* під впливом індивідуальності перекладача, який трактує емотивний зміст такого висловлювання із власної персональної точки зору. Такі трансформації є *допустимими* за умови, що вони є доречними і виправданими та такими, без яких неможливо у повному обсязі у відповідності зі стандартами цільової мови відтворити зміст емотивного висловлювання.

На противагу текстовій актуалізації емотивності, існує відтворення емоцій на екрані, яке вимагає унікального підходу до трактування художнього тексту і застосування ***інтерсеміотичного перекладу***. *Концептуальна картина* кінопростору значно ширша, ніж мовна. Концепти як складові сприйняття світу через наш досвід та свідомість кодуються в лексичних засобах вираження поглядів, оцінок та думок. На екрані емоції є маніфестацією суджень за допомогою міміки, жестів, фонації (невербальних засобів), лексичних засобів та їхніх конфігурацій (вербально). У кіномистецтві емоції розглядаються як єдність афективного та інтелектуального, переживання та пізнання. Емоційність у безпосередньому дискурсі як динамічній структурі діалогічного впливу має низку паралінгвістичних засобів вираження, серед

яких чільне місце посідає *вираз обличчя персонажа*. Такі засоби слід розглядати як особливу знакову систему, яка відображує емоційний сценарій та конкретну комунікативну ситуацію.

Важливу роль в актуалізації емоцій на екрані відіграє *інтонація*, яка зумовлюється певними синтаксичними конструкціями, прагматичною метою яких є вираження емоцій мовця.

Особливе місце у встановленні зв'язків між художнім текстом та його втіленням на екрані відіграють ***дієслівні емотиви***, які визначають перебіг та динаміку розвитку емоцій на екрані. У художньому дискурсі дієслівні емотиви є найефективнішим засобом передачі психологічно-емоційного стану мовця. Для режисерів узус дієслів-емотивів є принципово важливими, оскільки вони задають ритм втілення емоцій та оцінок на екрані, які б чітко інтерпретували емоції, запропоновані текстом оригіналу. Кінокартину вважаємо інтерсеміотичним способом інтерпретації художнього тексту, його емотивно-оцінного наповнення, мети та повідомлення глядачеві. Крім того, для майбутніх перекладів того ж твору кіноверсія твору може стати потужним елементом для всебічного охоплення подій та емоцій персонажів і формування персонального перекладацького сприйняття та автентичного підходу.

Т. Казакова вважає: "Провідним принципом структуризації та категоризації мовних компонентів та засобів їхнього відтворення є **польовий"** [Казакова 2004, 79]. Однією з найважливіших ознак мовного поля, які потрібно враховувати у перекладі, є його специфічна структурна організація, яка характеризується поділом на **ядерні** та **периферійні** зони. Ядро відрізняється максимальною концентрацією полетворчих ознак. Перехід від ядра до периферії відбувається поступово зі зменшенням інтенсивності прояву або навіть зникненням ключових ознак структури поля. Зазвичай периферійна зона є значно ширшою за ядерну, оскільки периферійні елементи здатні охарактеризувати мовлення та комунікантів з різних сторін.

Особливий інтерес для перекладу складають периферійні мовленнєві дієслова-емотиви негативного емоційного ставлення, які виражають конкретні негативні емоції, а також експлікують несхвалення певного об'єкта чи предмета висловлювання мовцем (*to squawk, to come in a tone of angry expostulation, вигукнути*

роздратованим голосом, вичавити із себе). Встановлені формули вказують на варіанти сполучуваності емотивних дієслів негативного ставлення з різними компонентами:

a) v* (периферійне дієслово)+ adv. (2 adv.)

b) v* + with + (adj.) + n

c) v* + n

d) v* + metaphoric/comparative lexical means

e) v* + Participial construction

Вивчення вербальних і невербальних засобів відтворення негативно-оцінних мовних одиниць є важливим, оскільки вираження оцінного судження впливає на учасників комунікації, зумовлюючи тим самим характер спілкування. Емотивний компонент мовленнєвих дієслів, які власне складають інтерес нашого дослідження, містить інформацію про конкретні негативні емоції, а також експлікує несхвалення певного об'єкта висловлювання мовцем.

Згідно з виведеними формулами висловлювань, що містять мовленнєве дієслово з негативною конотацією та додаткові синтаксичні індикатори негативного ставлення, визначімо способи перекладу емотивних дієслів такого типу:

a) v* (периферійне дієслово)+ adv. (2 adv.)

"Let us say I have forgotten it", ***answered*** *Aslan* ***gravely****. "Tell us of this Deep Magic". ["Lion", p. 141].*

"Скажімо, таки призабув", – ***сумно похитав головою*** *Аслан. "Розкажи нам про Древнє Придання". ["Лев", с. 150]*

"Не цитуй мені глибинної магії, Відьмо!" ["Лев", 1:32:37].

В оригіналі твору "Лев, Чаклунка і стара шафа" К. С. Льюїс застосовує периферійне дієслово *(answered)* у поєднанні з прислівником негативного забарвлення *(gravely)*, який відображує емоційний стан мовця (сум, розчарування). У перекладі такої конструкції застосовується трансформація вилучення мовленнєвого дієслова та заміна лексичних компонентів оригіналу емотивними елементами цільової мови *(сумно похитав головою)*. Таким чином О. Манько застосовує відцентрове периферійне дієслово у поєднанні з прислівником негативної конотації *(сумно)*, які яскраво передають зміст та прагматику висловлювання. У кіноперекладі емоції персонажа є афективними та імпульсивними з підвищеною

інтенсивністю вияву, що не співпадає з прагматичною метою автора, проте яскраво свідчить про стан героя.

b) v* + with + (adj) + n

"Then I think you might have said so at the time", ***answered*** *Peter* ***with a pardonable sharpness.*** *["Prince", p. 119]*

"Могла б сказати і раніше!" – ***із зрозумілою різкістю зауважив*** *Пітер. ["Принц", с. 137]*

"Не починай!" ["Принц", 41:32]

Таку конструкцію з периферійним мовленнєвим дієсловом можемо відтворити у перекладі за допомогою *периферійного дієслова зі словосполученням іменника з прикметником та прийменником (із зрозумілою різкістю зауважив)* або за допомогою периферійного дієслова у поєднанні з дієприслівниковим зворотом. У першому прикладі з твору "Принц Каспіан" перекладач І. Ільїн доречно застосовує трансформацію заміни мовленнєвого дієслова *(answered – зауважив)*, яке адекватно відтворює критичне ставлення мовця. У кіноперекладі знаходимо яскраве підтвердження критичного ставлення та гніву головного героя у складній і заплутаній ситуації.

c) v* + (adj.) + n

"I'm not likely to forget it", ***came the angry voice.*** *["Prince", p. 163]*

"Не мені забути той бій", – ***пролунав інший злий голос****. ["Принц", с. 182]*

"Може ми нагадаємо Тельмаринцю про все?" ["Принц", 43:28]

Для відтворення такої конструкції оригіналу необхідним є ряд перекладацьких рішень, у тому числі застосування трансформацій *заміни лексичних компонентів* та *додавання стилістично маркованої лексики (епітетів)* для того, щоб зберегти негативну конотацію висловлювання. Так, у першому випадку з твору "Принц Каспіан" перекладач доречно замінює периферійне дієслово *(came)* на мовленнєве дієслово *(пролунав)*, яке органічно поєднується з підметом *(голос)* у перекладі. Такий вибір виправданий у кінокартині, оскільки таке мовленнєве дієслово виражає звучання голосу на відстані, у даному випадку – у натовпі.

Отже, таку конструкцію відтворюємо за допомогою *периферійного дієслова із семою гучності звучання* у поєднанні з емотивним словосполученням *якісного прикметника з іменником*.

d) v* + metaphoric/comparative lexical means

(...) and gay rowans, all bowed and rose again, ***shouting*** *"Aslan! Aslan!"* ***in their various husky or creaking or wave-like voices****. ["Prince", p. 157]*

(...) горобини шаруділи строкатим квітчастим вбранням і шепотілися між собою, а ***шум і шелестіння дерев, мов морський прибій, доносив до дітей виразне:*** *"Аслан! Аслан!" ["Принц", с. 116]*

Звуки природи, виразний сміх, магічні явища ["Принц", 51:13]

Переклад такої складної метафоричної конструкції з мовленнєвим периферійним дієсловом вимагає творчого підходу перекладача, а також навичок пошуку адекватного відповідника, який яскраво відтворює метафоричний зміст оригіналу. Згідно з наведеними прикладами, можемо зробити висновок, що для відтворення такої конструкції негативної конотації доречними є трансформації *заміни, вилучення, додавання, транспозиції компонентів*, які є необхідними для досягнення прагматичної мети висловлювання. Так, у першому прикладі з твору "Принц Каспіан" мовленнєве дієслово *(shouting)* поєднується із засобами метафоризації та порівняння, які перекладач яскраво відтворює за допомогою адекватних відповідників цільової мови. У кіно визначну роль грає чарівний музичний супровід і казкові лісові персонажі, які відтворюють піднесений настрій дискурсу оригіналу.

e) v* + Participial construction

"What?" ***roared*** *the Witch,* ***springing from the sledge and taking a few strides nearer to the terrified animals.*** *["Lion", p. 116]*

"Що?" – ***скрикнула*** *Чаклунка.* ***Вона блискавкою підстрибнула зі саней і за мить уже височіла над онімілими від страху звірятами.*** *["Лев", с. 127]*

"Куди подалися люди?" ["Лев", 1:17:26]

Розглядаючи варіанти перекладу конструкції периферійного дієслова з дієприкметниковим зворотом, ми дійшли висновку, що найчастотнішим є вживання *аналогічної конструкції* у цільовій мові. Іншим рішенням може бути застосування *трансформації поділу речення*. Так, у першому випадку ми помічаємо, що дієприкметниковий зворот оригіналу є досить поширеним та містить велику кількість додаткових компонентів. Перекладач

доречно виділяє другу частину конструкції окремим простим двоскладним реченням, тим самим зберігаючи емотивний зміст висловлювання *(Вона блискавкою підстрибнула зі саней і за мить уже височіла над онімілими від страху звірятами)*.

Отже, нами була встановлена закономірність застосування лексичних засобів для відтворення формул сполучень: найчастіше застосовуються *прямі відповідники мовленнєвих дієслів* або *синонімічні периферійні дієслова з вузьким змістом у комплексі з прикметниками, прислівниками, дієприкметниковими та дієприслівниковими зворотами на позначення інтенсивності звучання та манери висловлювання.* Принципового значення у виборі адекватних засобів відтворення таких конструкцій негативної валентності набуває фактор жанру кіно, в якому поєднані всі вербальні та невербальні засоби інтерпретації емоційних станів та настроїв героїв, у тому числі інтонація, жести, міміка та музичний супровід.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Арнольд І. В.* Емоційний, експресивний, оціночний та функціонально-стилістичний компоненти лексичного значення. – К., 2002. – 295 с.

2. *Велівченко В. О.* Експлікація емоцій мовця в англомовному емотивному дискурсі // Дискурсологія : Сематника і прагматика. – Вісник ХНУ № 930. – Черкаси, 2010. – С. 97–103.

3. *Лук'янова Т. Г.* Теоретичні аспекти кіноперекладу з англійської на українську мову // Перекладознавство. – Вісник ХНУ № 973. – Харків, 2011. – С. 183–187.

4. *Пиотровская Л. А.* Взаимодействие эмоциональной и рациональной оценки в процессе речи // Русский язык: исторические судьбы и современность: III Международный конгресс: Труды и материалы. – М.: МАКС Пресс, 2007. – С. 28–29.

5. *Шаховский В. И.* Категоризация эмоций в лексико-семантической системе языка. М.: Издательство ЛКИ, 2008. – 208 с.

6. *Льюїс К. С.* Хроніки Нарній. Книга 2: Лев, Чаклунка і стара шафа // у пер. О. Манька. – Монастир Свято-Іванівська Лавра, український переклад. – Львів: Свічадо, 2002. – 253 с.

7. *Льюїс К. С.* Хроніки Нарнії. Принц Каспіан // у пер. з англійської І. Ільїна та О. Кальниченко за уч. К. Воронкіної. – Харків: Книжковий Клуб "Клуб сімейного дозвілля", 2013. – 256 с.

8. *Льюїс К. С.* Хроніки Нарнії. Книга 5: Подорож Досвітнього Мандрівника // у пер. з англійської С. Андрухович. – Дніпропетровськ: Проспект, 2012. – 241 с.

9. Кінокартина "Лев, Чаклунка та шафа" в українському перекладі Телеканалу "Новий канал". – Київ, 2005.

10. Кінокартина "Принц Каспіан" в українському перекладі Телеканалу "Новий канал". – Київ, 2008.
11. Кінокартина "Підкорювач Світанку" в українському перекладі Телеканалу "Новий канал". – Київ, 2012.
12. *Lewis C. S.* The Chronicles of Narnia: The Lion, the Witch and the Wardrobe. – New York: HarperTrophy, 2007. – 188 p.
13. *Lewis C. S.* The Chronicles of Narnia: Prince Caspian. – New York: Harper Entertainment, 2008. – 225 p.
14. *Lewis C. S.* The Chronicles of Narnia: The Voyage of the Dawn Treader. – New York: HarperTrophy, 2007. – 248 p.

Стаття надійшла до редакції 27.04.15

А. Л. Гладковская, асп.
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

Отображение эмотивных глаголов негативной оценки в кино- и художественных переводах фэнтезийных произведений

В статье рассматривается система переводческих средств и приемов отображения эмотивных глаголов негативного отношения в художественном тексте сквозь призму сравнения кино- и художественного пространств. Особое внимание уделяется вербальным и невербальным средствам отображения глаголов негативной оценки. В статье также проанализированы самые распространенные формулы сочетаемости эмотивных глаголов, которые актуализируют их негативный характер и усиливают их негативное влияние в контексте дискурса. Также были определены основные средства, методы и принципы отображения таких формул сочетаемости в переводе.

Ключевые слова: *эмотивность, эмотивные глаголы, интерсемиотический перевод, эмотивные семы, концепт.*

A. Gladkovska, PhD Student
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

Interpreting of Emotive Verbs of Negative Valence in Film and Literary Translations of Fantasy

This article deals with the system of translation means and techniques used to interpret emotive verbs of negative attitude in the fiction text through comparing film and literary dimensions. Particular attention is paid to verbal and non-verbal means of conveying verbs of negative evaluation. The article also includes major combination formulas of emotive verbs and other components, which highlight their negative nature and intensify their negative effect in the context of discourse. Additionally, major means, methods and principles of their interpretation are defined herein.

Keywords: *emotiveness, emotive verbs, intersemiotic translation, emotive semes, concept.*

УДК 811.58'34

О. М. Гончаренко, асист.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ІНШОМОВНІ ЗАПОЗИЧЕННЯ У СУЧАСНІЙ КИТАЙСЬКІЙ МОВІ В КОНТЕКСТІ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

У статті розглядаються чотири різновиди іншомовних запозичень у сучасній китайській мові, а також їх основні етапи адаптації.

Ключеві слова: *запозичення, глобалізація, транслітерація, семантика, синоніми.*

У китайській мові використання запозичених слів зумовлене необхідністю перманентного збагачення рідної мови. Запозичені слова включають власні назви, топоніми, загальні поняття, щоденну лексику, термінологію науки та техніки, звуконаслідування тощо. Багато запозичених слів, що у ході історії злилися з власне китайськими, вже давно вважаються лексикою китайської мови. Запозичення слів – це лінгвістичний феномен, якому притаманні також тісні зв'язки із суспільством та культурою.

Мова є зовнішньою оболонкою культури; культура має вплив на мову, мова в свою чергу на культуру, переймання іншої культури передбачає засвоєння слів іншомовного походження, а їх переклад відіграє важливу роль для культурної інтеграції та асиміляції. Іншомовні слова, потрапивши до китайської мови, стають складовою її лексики, позбавляються особливостей вихідної мови, узгоджуються з китайською мовою і поширюються з відповідністю до правил комунікації, збагачуючи лексичний склад китайської мови.

Засвоєння слів іншомовного походження представляє тенденцію розвитку мови, засіб її збагачення. Відомий американський лінгвіст Едвард Сепір писав: "Найпростіший вплив однієї мови на іншу відбувається саме за допомогою лексичних запозичень. Достатньою є лише наявність культурних запозичень, тоді й знайдуться лексичні відповідники" [1]. З розвитком світового культурного обміну все частіше має місце явище міжмовних запозичень. Мова зароджується в процесі виробництва, вслід за

прогресом суспільства та незупинної еволюції, в цілях забезпечення ефективного торговельно-економічного та культурного обміну між країнами та націями. На різних територіях часто представлені різні культури, відбувається їх обмін, необхідним є постійне засвоєння запозичених слів з метою збагачення національної мови, а збагачення мови й розширення словникового запасу є об'єктивною потребою для економічного торгового та культурного обміну.

Запозичення з інших мов можна поділити на чотири різновиди.

Фонетичні запозичення (音译 yīnyì) – передача звукової оболонки слова іншомовного походження. У цьому випадку, ієрогліф не має семантичного навантаження, лише фонетичне, наприклад, слово "democracy", перекладається як "德漠克拉西 démòkèlāxī демократія".

Семантичні запозичення (意译 yìyì) – збереження морфологічної структури мови запозичення та внутрішньої форми, здійснюється дослівний переклад, наприклад "supermarket" перекладається як "超市 chāoshì супермаркет".

Фонетико-семантичні запозичення (音译加意译 yīnyì jiā yìyì) – при фонетичній передачі додається буквальний переклад частини запозиченого слова, наприклад "jazz" перекладається як "爵士乐 juéshìyuè джазова музика"; або частина слова має фонетичний характер, частина – семантичний, наприклад Wall street перекладається як "华尔街 Huáěrjiē Уолстріт".

Змішані запозичення (音译、意译共存 yīnyì, yìyì gòngcún) – запозичені слова поділяються на фонетичні та семантичні; багато слів, з'явившись, існують у двох формах, а через тривале використання закріплюються в мові, більше того, семантичні запозичення витісняють фонетичні. Наприклад, "telephone" спочатку перекладали "德律风 délǜfēng", а потім з'являється слово "电话 diànhuà електронна розмова". Деякі фонетичні запозичення залишаються у повсякденному вжитку. Наприклад, "logic логіка", спочатку перекладалося дослівно 伦理 lúnlǐ або 名学 míngxué, проте найуживанішим фонетичним запозиченням стало слово 逻辑 luójí。

Буддизм проник до Китаю на початку правління династії Хань, після сотень років становлення, в період правління династії Тан сформувався як могутня культурна течія. З початком перекладу буддійського канону, у китайській мові з'явилася велика кількість фонетично однакових слів, деякі використовуються до сьогодні. "菩萨 púsà" Бодхісаттва – фонетичне запозичення з санскриту (Bodhi-sattva), "佛" – це скорочення від "佛陀 fótuó" Будда (той хто пізнає, пробуджується). "刹那 chànà" мить – фонетичне запозичення з санскриту (Ksana). Одна мить дорівнює 60 ксан, один момент 90, одна ксана 900 життів і смертей. Ксана означає короткий час, який неможливо виміряти. Також можна навести наступні приклади: 忏悔 chànhuǐ, 化身huàshēn，神通shéntōng，睡眠shuìmián，姻缘yīnyuán，念头niàntou，烦恼fánnǎo，真空zhēnkōng，消化xiāohuà (сповідь, перетворення, надприродне осягнення, сон, шлюбні зв'язки, думка, страждання, пустота, розчинятися). Ще й досі ця термінологія широко використовується в китайській культурі, вона стала частиною повсякденної лексики простих людей [2].

На початку 20 століття в китайській літературі активно використовували іншомовну лексику. У віршах Гоможо з'являються такі слова, як symphony, pioneer, gasoline (симфонія, піонер та бензин). Відчувався вплив західних культур, в той час як китайська знаходилася на межі занепаду, багато письменників почали використовувати фонетичні запозичення. Наприклад у творі Лу Сіня з'являються слова "德漠克拉西démòkèlāxī" (democracy – демократія 民主 mínzhǔ) та "赛因思sàiyīnsī" (science – наука 科学 kēxué) – фонетичні запозичення, із збереженням оригінальної вимови. Іншим прикладом є твір Чжу Цзиціна, де вперше з'являється слово скрипка "梵阿玲fànālíng" （violin 小提琴 xiǎotíqín）, фонетична передача слова була дуже популярним методом перекладу, проте у зв'язку з тим, що фонетичні запозичення важко запам'ятовувалися та швидко забувались, цей метод поступово був витіснений. На допомогу прийшли фонетико-семантичні запозичення, наприклад назва відомого виробника авто в Німеччині Мерседес-Бенц "奔驰bēnchí"，складається з ієрогліфів, що

означають машина, яка швидко їде, при тому зберігається часткове звучання від оригінального слова Бенц.

В умовах глобалізації в китайській мові з'явилася величезна кількість неологізмів. Ці слова відображають новий вигляд соціальної, політичної, економічної та інших областей науки і техніки. На зіткненні розвитку глобалізації та цінностей культури Китаю й Заходу, проблемами нашої епохи стає те, як поставитися до глобалізації культури та її адаптації та яким чином скеровувати розвиток культури. Кожна культура є продуктом історії певного суспільства, тому в процесі взаємодії вони повинні мати рівні права, уникати культурної гегемонії

На цьому етапі, запозичення слів відбувається калькуванням, а також за допомогою часткової транслітерації, наприклад, фараон 法老 fǎlǎo， клуб 俱乐部 jùlèbù，картка 卡片 kǎpiàn， пиво啤酒 píjiǔ，гамбургер 汉堡包 hànbǎobāo，піца 比萨饼 bǐsàbǐng， боулінг 保龄球 bǎolíngqiú，Мікі-Маус 米老鼠 mǐlǎoshǔ， Дональд Дак 唐老鸭 tánglǎoyā, або повної транслітерації, наприклад *Canon*佳能 jiānéng (торгівельна марка), *cocoa* 可可kěkě（可可茶 kěkěchá，可可粉 kěkěfěn）, *guitar* 古塔 kěkěfěn，*mummy* 木乃伊 mùnǎiyī，*salon* 沙龙 shālóng，*shock* 休克 xiūkè，*talk show* 脱口秀 tuōkǒuxiù，*Utopia* 乌托邦 wūtuōbāng.

Багато слів мали декілька варіантів перекладу, проте з часом неякісні варіанти були відсіяні, залишилися лише ті, яким притаманна висока якість перекладу. Наприклад, для перекладу слова *стільниковий телефон* було використано 6 варіантів: 移动电话 yídòngdiànhuà, 无绳电话 wúshéngdiànhuà, 大哥大 dàgēdà, 手机 shǒujī, 携带式活动蛋 xiédàishì huódòngdàn, 蜂窝式电话 fēngwōshì diànhuà, що спричиняло плутаницю [3].

У зв'язку з безперервним посиленням тенденції глобалізації все активніше відбувається взаємообмін між заходом та сходом, англійська та китайська мова постійно зазнають взаємовпливу та взаємопроникнення. Слово "IT" (інформаційні технології), дослівно перекладається як галузь інформаційних технологій, фактично більше вживається як "IT业 галузь IT"; IP телефон (网间协议电话 wǎngjiānxiéyì diànhuà телефон з підтримкою інтернет-протоколу),

дослівний переклад: телефон з підтримкою інтернет-протоколу, насправді ж вживається під назвою "IP电话 IP телефон".

Ми не ототожнюємо культурну глобалізацію з інтеграцією культури, хоча англо-китайський мовний контекст має багато спільного, проте не може бути цілковитої схожості. У процесі глобалізації та інтернаціоналізації здійснюється акцент на "інтеграції", все ж всі етнічні групи мають свою особисту ідентичність та культурну самобутність.

Розвиток словникового запасу регулюється правилами мовленнєвої систем, засвоєння запозичених слів має відбуватися у гармонії з морфологічними правилами та особливостями китайської мови. Лінь Тао у своїй праці "Питання норми лексики сучасної китайської мови" виділяє, що структурною особливістю китайської мови є простий склад. У сучасній китайській мові є тенденція багатоскладових слів, тому потрібно уникнути проблеми множинності складів. Було проаналізовано 128 відомих торгових брендів, 100 з яких були багатоскладовими, що складає 78 %. Насправді багатоскладові запозичені слова, що важко вимовляються, ненадовго засвоюються в мові [4].

Переклад – це мовленнєва діяльність; комунікативний процес. Мова не може випередити культуру, або існувати незалежно від неї, а культура передається через переклад. Культура, в свою чергу, через переклад проникає на всі рівні мови. Щодо зв'язку мови, культури та перекладу існує яскрава метафора: культура – організм, мова – серце, перекладач – хірург. Під час операції на серце, потрібно врахувати всі особливості організму, по тій же причині нероздільними вважається мова та культура, перекладач конвертуючи одну мову в іншу повинен відповідно враховувати культурні відмінності. Переклад – це не тільки трансформації на рівні мови, а й на рівні культури [5].

Наприклад, "麦当劳 màidāngláo" "Макдональдс"– культурне явище глобалізації.

У більш ніж 100 країнах по всьому світу налічується більше 20000 ресторанів швидкого харчування "Макдоналдс", що являється культурним символом глобалізації. Не тільки представляє мережу дешевих ресторанів, а й символізує напрям сучасної

культури. З появою ресторанів "Макдоналдс" в Китаї, місцеві традиції зазнали впливу, що й відбулося також в Японії, оскільки їсти руками було не зовсім поширеним явищем. У Гонконзі "Макдоналдс" став популярним місцем, де можна поснідати, замінивши роль чайних будинків.

Щодо розуміння поняття запозичених слів виділяють вузький та широкий смисли. У вузькому смислі запозичені слова – лексика, запозичена на рівні фонетики, а не на семантичному рівні, наприклад, запозиченим є слово 摩托车 mótuōchē – мотоцикл, а 火车 huǒchē – не є. У широкому – до запозичених слів відносять як фонетичні, так і семантичні запозичення, де摩托车 mótuōchē, 火车 huǒchē – обидва слова є запозиченнями. Хоча у широкому смислі не обов'язково вимагається фонетична схожість запозичених слів, а їх культурні та мовні зв'язки [6].

Згідно статистичних даних словника "新词新语词典 Неологізми нової мови", за 30 років з 1949–1977 з'явилося 28 запозичених слів, у середньому 1 слово за рік, у період з 1978–1988 – 58 слів, 6 слів за рік; з 1988 за консервативними оцінками кожного року з'являється близько 10-ти запозичених слів. Через півстоліття кількість перевищуватиме 200 слів за рік, очевидним став успіх політики реформ та відкритості, значно прискорилася поява запозичених слів у китайській мові [7].

На сьогодні англійська – основна мова міжнародного спілкування, яка проникаючи в інші мови та культури залишає глибокий слід. Запозичення з англійської мови стосуються різноманітних областей, це – продукти харчування, розваги, спорт, побутові речі, наука та техніка, що свідчить про особливе місце англійської як міжнародної мови, та відображає тенденцію китайської мови щодо запозичення слів із англійської. Наприклад, "伊妹儿 yīmèiér" (Email); "IP电话 IP diànhuà" (Internet protocol phone) IP телефонія; "博客 bókè" blog – блог (щоденник, один із способів публікації чи видання статей; людина, яка веде блог, називається блогер "博主 bózhǔ", на блозі можна публікувати свої погляди, почуття, розкривати свою особистість, чи представляти звички та спосіб життя окремих людей); "乐活 lèhuó"

LO-HAS (lifestyle of health and sustainability) –здоровий та активний стиль життя.

Завдяки реалізації політики відкритості зовнішніх зв'язків, китайське суспільство пройшло шлях від ізоляції до відкритості, зміцнилася психологічна витримка ханської національності щодо запозичення культурних здобутків інших країн. У ході культурних та економічних зв'язків виникло багато ситуацій, які мали вплив на пристосування китайської ментальності до засвоєння запозичених слів, та сприяли їх частому використанню, наприклад: soft land 软着陆 ruǎnzhāolù м'яка посадка, wild card 野卡 yěkǎ джокер, chain store 连锁店 liánsuǒdiàn мережа магазинів, hot line 热线 rèxiàn гаряча лінія, green food 绿色食品 lǜsèshípǐn екологічно чисті продукти харчування, trade war 贸易战 màoyìzhàn торгівельна війна, black humor 黑色幽默 hēisè yōumò чорний гумор, white collar 白领 báilǐng клерк, first lady 第一夫人 dìyīfūrén перша леді, generation gap 代沟 dàigōu конфлікт поколінь, mobile phone 移动电话 yídòngdiànhuà мобільний телефон, bluetooth 蓝牙 lányá блютус, test-tube baby 试管婴儿 shìguǎnyīngér дитина з пробірки, supermarket 超市 chāoshì супермаркет, population explosion 人口爆炸 rénkǒubàozhà демографічний взрив, clone 克隆 kèlóng клон, AIDS 艾滋病 àizībìng СНІД, tittup 踢踏舞 tītàwǔ чечітка (танець), shock 休克 xiūkè шок, шоковий стан, hippie 嬉皮士 xīpíshì хіппі.

Запозичені слова призвели до появи різноманітних синонімів. У китайській мові кількість синонімів – незначна, проте з появою запозичених слів, пропорція синонімічних форм явно зросла.

许多人以为，洗发时用力越大，洗发剂的泡沫越多，头发会洗得越干净。其实这样会使头发更干涩. Багато людей вважають, чим більше намилювати волосся, тим більше з'являтиметься піна, тим чистіше воно буде. Насправді ж волосся стане більш сухим.

洗发香波用得不合话，碱性较强，或者制作工艺不规范，头发频繁经受 烫染、电吹风造型， 也会增加头发的脆弱性。 Низька якість шампуню, сильна лужність, невідповідність стандартам технології, а також часте використання фарби та фена – все це призводить до послаблення волосся [8].

Слова "洗发剂"та "香波" у тексті позначають рідку речовину для миття голови. Як бачимо з наведених вище прикладів, обидва слова існують в китайській мові.

Як правило, запозичені слова, що паралельно вживаються з китайськими відповідниками, можуть точно передати інформацію, проте мова перенавантажується лексикою. Популярним є пряме використання іншомовних слів, що інколи може впливати на якість передачі інформації, людина, яка погано володіє мовою, може опинитися у ситуації, коли не зрозуміє про що йде мова.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. 陈原："社会语言学"。– 北京， 学林出版社， 1983年， 第134页。

2. 外来词汇对中国语言文化的影响/修刚主编。–天津： 天津人民出版社，2011年，第75页。

3. 外来词汇对中国语言文化的影响/修刚主编。 – 天津： 天津人民出版社，2011年，第77页。

4.姚斯、霍拉勃：“接受美学与接受理论”。–辽宁：辽宁人民出版社，1987年。

5. 余东、陈可培："论翻译策略的文化内因”//“解放军外国语学院学报"。– 2003年，第5期。

6. 邹嘉彦、游汝杰："当代汉语新词的多元化趋向和地区竞争"//"语言教学与研究"。 – 2003年，第2期。

7. 许文胜："从汉语外来新词研究看文化策略的变迁"。//"安徽大学学报（哲学社会科学版）" – 2006年，第2期。

8. 外来词汇对中国语言文化的影响/修刚主编。 – 天津：天津人民出版社，2011年，第96页。

Стаття надійшла до редакції 28.04.15

А. Н. Гончаренко., ассист.
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

Иностранные заимствования в современном китайском языке в контексте глобализации

В статье рассматриваются четыре разновидности иностранных заимствований в современном китайском языке, а также их основные этапы адаптации.

Ключевые слова: *заимствования, глобализация, транслитерация, семантика, синонимы.*

O. Goncharenko, Assistant Professor
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

Loan words in the contemporary Chinese language and translation of terminology in the context of globalization

The article deals with four types of foreign loan words in contemporary Chinese language, as well as the main stages of their adaptation.

Key words: *loanword, globalization, transliteration, semantics, synonyms.*

УДК 81'255.4'373.7=111=161.2

А. С. Григораш, магистрант
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

СТРАТЕГІЇ ПЕРЕКЛАДУ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ ІЗ НЕГАТИВНОЮ КОНОТАЦІЄЮ В АНГЛІЙСЬКОМОВНОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

У статті розглядаються функції та значення фразеологізмів з негативною конотацією у англійськомовному політичному дискурсі. Розкривається важливість збереження прагматичного потенціалу таких повідомлень у процесі їх перекладу українською мовою.

Ключові слова: *переклад фразеологізмів, політичний дискурс, стратегія дискредитації, еквівалент, аналог.*

Актуальність статті мотивована популярністю використання та трансформації фразеологізмів із негативною конотацією на тлі сучасних конфліктних подій у сфері політичної комунікації, що зумовлює необхідність їх адекватного перекладу засобами української мови.

Об'єктом дослідження виступають фразеологізми із негативною конотацією, які використовуються у промовах, виступах та інтерв'ю політичних діячів з метою дискредитації опонента та їх відповідники мовою перекладу.

Предметом дослідження є стратегії, прийоми та методи відтворення англійських фразеологізмів із негативною конотацією українською мовою в текстах політичного характеру.

Матеріалом слугують англійськомовні тексти, виступи та промови британських та американських політиків та їх перекла-

ди, опубліковані у сучасній пресі. У випадку відсутності україномовного перекладу пропонувався власний варіант.

Наукова новизна полягає у роботі із сучасними зразками текстів конфліктної політичної комунікації, зокрема з фразеологізмами із негативною та пейоративною конотаціями, аналізі їх функцій у політичному дискурсі та перекладацьких стратегій, застосованих в україномовних перекладах.

Політична фразеологія – живий, мінливий пласт мовлення, оскільки політики не тільки успішно використовують загальновідомі фразеологізми у своїх промовах, а й іноді стають авторами нових крилатих виразів, що згодом популяризуються суспільством. Від їх точності та оригінальності залежить їх вплив на свідомість опонента і цільової аудиторії. Саме тому необхідно брати до уваги не тільки номінативні, комунікативні й прагматичні функції фразеологічних одиниць, а й їх оказіональні функції, тобто такі, які виникають на базі специфічного контексту. До них належать функції уточнення, маніпуляції, дистанціювання, дискредитації та інші. Одним з найпоширеніших видів лексичних одиниць, якими оперують політики, є саме фразеологізми з негативною конотацією. Вони покликані критикувати поведінку та дії адресата, навішувати ярлики й дискредитувати суперника в очах цільової аудиторії.

Фразеологізми, сфери їх використання та їх переклад неодноразово ставали об'єктом лінгвістичних досліджень (В. Виноградов, О. Вітковська, О. Шейгал, О. Кунін). Теоретичні засади сучасних досліджень фразеології створили В. Мокієнко, В. Телія, Р. Зорівчак та інші вчені.

Теоретичні дослідження в галузі англійської фразеології переконливо демонструють, що фразеологізм є більш складним утворенням, ніж слово або змінне словосполучення. На думку О. Куніна, фразеологічні одиниці – це стійкі сполучення лексем [9, с. 110]. У свою чергу І. Гальперін називає фразеологічні одиниці "поєднанням слів, в яких значення цілого домінує над значенням його складових частин або, іншими словами, значення цілого словосполучення не зовсім точно, а іноді зовсім не виводиться із суми складових його частин" [4, с. 169].

Окремі дослідники (В. Телія, Л. Сміт) включають до складу фразеології всі стійкі словосполучення, інші (А. Смирницький, О. Кунін) – тільки певні групи. Таку розбіжність в поглядах можна пояснити складністю фразеологізму як категоріальної одиниці мови.

У нашому дослідженні ми спираємося на класифікацію фразеологічних одиниць, запропоновану В. Виноградовим, який виокремлює три групи фразеологізмів:

– фразеологічні зрощення (ідіоми), які є абсолютно неподільними стійкими словосполученнями (пекти раків (червоніти), *kick the bucket* (врізати дуба, померти), *be all thumbs* (бути незграбним);

– фразеологічні єдності, цілісне значення яких може виникати як результат впливу лексичних значень слів-компонентів (вивести на чисту воду (викрити), прикусити язика (замовкнути), *to burn bridges (*спалювати мости), *to throw mud at somebody* (поливати брудом);

– фразеологічні сполучення – стійкі звороти, які характеризуються певною самостійністю складових частин (розбити вщент, *a pitched battle* (жорстка сутичка), *to frown one's eyebrows (*насупити брови) [2, с. 16].

Усі ці види фразеологізмів широко використовуються у політичному дискурсі у стратегіях конфронтації та дискредитації. Тому переклад таких лексичних одиниць потребує точної передачі їх експресивності та оціночності.

Мета статті полягає у виокремленні основних труднощів перекладу фразеологізмів з негативною конотацією у англійськомовному політичному дискурсі та розгляді шляхів їх вирішення за допомогою порівняльного аналізу оригіналу та перекладу найяскравіших прикладів з політичних виступів. Ця мета зумовлена складністю адекватної передачі змістового наповнення промови, а також ефективністю відтворення тактики конфронтації засобами іншої мови.

Причини вибору фразеологічних одиниць для використання у текстах політичного спрямування варіюються залежно від ступеня бажаного впливу на цільову аудиторію. Фразеологізми з негативною та пейоративною конотацією мають усі потрібні для цього дискурсу характеристики. Вони відіграють значну

роль у композиційній будові промов і виступають органічними елементами цілісної комунікативної одиниці.

Крім цього засоби вираження негативної конотації варто відносити до двох груп – імпліковані та експліковані. За рахунок імплікованості одиниці мови отримують додаткову глибину і багатошаровість. Особливість імплікованого заперечення полягає в невідповідності плану змісту і плану вираження, а також у неяскравому вираженні значення формально-граматичними показниками. Це пов'язано з тим, що у багатьох випадках негативна конотація фразеологічних одиниць не має формальних засобів вираження у синтаксичній структурі речення, тобто план змісту не співпадає з планом вираження [2, с. 18].

Williams: *It is hypocrisy to call it a crisis in England and then* ***turn a blind eye*** *to the more serious situation in Wales…Rather than* ***sweep it under the carpet*** *or deny it, the sensible thing would be to consider investigating it properly [12]. – Лицемірство – називати це кризою в Англії, і при цьому* ***заплющувати очі*** *на серйозніші проблеми в Уельсі. Аніж* ***замовчувати*** *чи відкидати її, розсудливо було б провести глибоке дослідження (переклад наш – А. Г).*

У цьому прикладі є ідіома *to turn a blind eye*, що означає закривати очі, ігнорувати, а також фразеологізм *to sweep under the carpet* (замовчувати, маскувати, ховати). Очевидно, що у перекладі було використано фразеологічний еквівалент для першого прикладу і контекстуальну заміну для другого.

Експлікована негативна конотація виражається граматичними та лексичними засобами, які мають формальну ознаку заперечення:

Cameron: *Ed Miliband is so weak, everyone knows he would* ***be in Alex Salmond's pocket****. Britain needs to* ***wake up to*** *a chilling and real prospect – Ed Miliband as prime minister,* ***propped up*** *by Alex Salmond who says he'll* ***call the tune*** *[13]. – Ед Мілібенд такий слабкий, всі знають, що Алекс Сальмонд* ***наживеться*** *на ньому. Британія має* ***прокинутися від*** *страшної та реальної перспективи – Ед Мілібенд в ролі прем'єр-міністра,* ***якого підтримує*** *Сальмонд, нашіптуючи ніби* ***той стоїть біля керма*** *(переклад – Т. Краснокутська).*

Ідіома *to call the tune* означає бути при владі, керувати. При перекладі її значення було збережено завдяки використанню еквіваленту *стояти біля керма.*

Відомо, що фразеологічні одиниці як з імплікованою, так і з експлікованою негативною конотацією часто не мають абсолютних відповідників в іншій мові. І. Корунець пропонує перекладати їх еквівалентом, який схожий за лексичним наповненням і граматичною побудовою на фразеологічну одиницю мови оригіналу [8, с. 98]. На думку В. Комісарова, необхідно зберегти емоційні та стилістичні значення фразеологічної одиниці, а також враховувати стилістичну нерівноцінність деяких аналогових фразеологізмів та їх національне забарвлення [7, с. 190]. Окрім цієї стратегії перекладу, також актуальним є наступні способи: фразеологічний аналог, дослівний переклад, описовий переклад та контекстуальна заміна. Наприклад, розглянемо приклад фразеологізму із негативною конотацією у стратегії *конфронтації:*

Obama: *Now, Sen. McCain suggests that somehow, you know,* ***I'm green behind the ears*** *and, you know, I'm* ***just spouting off,*** *and he's somber and responsible. But Sen. McCain, this is the guy who sang earlier, "Bomb, bomb, bomb Iran". That I don't think is an example of "speaking softly" [14]. – Тепер Сенатор Маккейн заявляє, що* ***мені без року тиждень****, і що я тільки* ***ораторствую****, а от він серйозний і відповідальний. Але ж він саме той, хто раніше виспівував: "Бомбіть, бомбіть, бомбіть Іран". Я не думаю, що саме це – приклад "м'яких заяв" (переклад наш – А.Г.).*

У цій відповіді Обама вдається до фразеологічних зворотів із пейоративною конотацією, висловлюючи самоіронію (*to be green behind the ears – бути зеленим, неосвіченим, молоко на губах не обсохло, без року тиждень*), з експлікованим негативним значенням *(to spour off – кидати слова на вітер, справляти побреньки, говорити неправду)* і сарказму (*example of "speaking softly"* – додаткова увага до фрази завдяки лапкам), демонструючи, що Маккейн насправді – лицемір, адже він раніше сам заявляв, що США мають напасти на Іран.

Wet behind the ears – це фразеологічний зворот із негативною конотацією, яка означає "комусь не вистачає освіти чи досвіду роботи", синонім до новачка і незрілого. Слово *green* має два

значення – такий, хто не повністю розвинутий, незрілий і наївний, той, якого легко обдурити. Він також використовується як колір незрілості, функціонуючи в якості метафори.

Такі засоби експресії, як ідіоми та фразеологізми перекладати досить складно, адже вони часто не мають відповідників у мові перекладу. Знайти абсолютні еквіваленти нелегко. У випадку з *to be green behind the ears* використано контекстуальну заміну, оскільки ми намагалися знайти не менш експресивний український варіант, який хоч і не є аналогом англійському виразові, але з достатньою точністю передає зміст у цьому контексті. Те саме можна сказати і про *to spout off* – фразу, яку, враховуючи контекст, жанр та стиль промови, було перекладено як *ораторствувати* і завдяки цьому досягнуто ситуативної еквівалентності, оскільки необхідно зберегти зміст повідомлення, а не його форму вираження. Окрім цього, в перекладі було збережено саркастичні натяки політика, цитації, додано кілька суто українських лексичних одиниць *(а от він…, виспівував, але ж він…* – емотивні лексеми, які виступають у ролі інтенсифікаторів), завдяки яким досягається часткова еквівалентність, зберігається емоційно-експресивна складова повідомлення.

Окрім використання аналога чи еквівалента, не варто також залишати поза увагою стратегію калькування чи дослівного перекладу, яка вдало виражає негативну конотацію лексичних одиниць у стратегіях конфронтації. Так, наприклад, О. Кунін акцентує увагу на калькуванні при наявності повного або часткового еквівалента і зазначає, що дослівний переклад важливий, коли образ, який міститься у фразеологічній одиниці, потрібен для розуміння тексту, а його заміна іншим образом не є ефективним рішенням [9, с. 89]. Наприклад:

Miliband: *Vladimir Putin is a ruthless dictator whose* ***days are numbered*** [21]. *– Володимир Путін – жорстокий диктатор і* ***його дні злічені*** *(переклад наш – А. Г.).*

Ми погоджуємося з точкою зору С. Влахова і С. Флоріна, які стверджують, що передумовою для калькування є достатня вмотивованість значення фразеологічної одиниці значеннями її компонентів [3, с. 30]. Тобто калькування можливе тільки тоді,

коли дослівний переклад може донести до адресата справжній зміст всього фразеологізму (а не значення складових його частин). Це стосується, по-перше, образних фразеологічних одиниць, головним чином фразеологічних єдностей. По-друге, калькою можна передати і деякі стійкі словосполучення, але тільки переконавшись, що цільова аудиторія сприйматиме їх правильно. Наприклад, фразеологізм *to bite the hand that feeds you* (дослівний переклад – *кусати руку, яка тебе годує*) у тактиці обвинувачення викликає уявлення про невдячність як в англійській, так і в українській мовах:

Cameron: *We have to fight the notion that you can endlessly suck more taxes out of businesses and* ***bite the hand that feeds you*** *[13]. – Ми маємо спростувати стереотип про те, що можна безкінечно витягати податки з підприємців і одночасно* ***кусати руку, яка тебе годує*** *(переклад наш – А.Г.).*

Фразеологізми також часто використовуються у стратегії *дискредитації*, метою якої, за словами О. Паршиної, є підірвати авторитет об'єкта, принизити його, очорнити в очах виборців [10, с. 84]:

Robertson: *David Cameron is* ***having his cake and eating it*** *[16]. – Девід Кемерон* ***бігає за двома зайцями*** *(переклад – Л. Кудлай).*

У цьому випадку ідіому з негативною експлікованою конотацією *to have cake and eat it* (*to have or do two good things at the same time that are impossible to have or do at the same time*) перекладено за допомогою еквівалента, який будується на іншому образі. Дослівно фраза звучить як *у нього є пиріг і він його їсть*, а в перекладі – *він бігає за двома зайцями*. Англійський фразеологізм не можна перекласти дослівно, оскільки у свідомості українця він не матиме ніякого значення. Тому слід відмовитися від збереження форми й образу і вдатися до інших стратегій перекладу.

Необхідно зауважити, що стратегія дискредитації (як різновид вираження антипатії), на думку Ю. Антонової, втілюється за допомогою тактик звинувачення, натяку, викриття, образи [1, с. 11]. У свою чергу, фразеологізми із негативною конотацією вдало виконують ці функції. Вони часто набувають нових незвичних форм, використання яких допомагає ефективніше впливати на свідомість адресата, оскільки відомо, що будь-яка новизна змісту

та форми передбачає прагматичний вплив і, відповідно, викликає бажання стати прихильником автора політичної промови.

Ж. Голікова зазначає, що образні вислови вимагають до себе значно більшої уваги з боку перекладача, оскільки на відміну від необразних фразеологізмів, які мають усталені варіанти перекладу, вони набагато складніші утворення [5, с. 122]. У зв'язку з цим завдання перекладача – вміти ідентифікувати фразеологізм в тексті і відрізняти стійке словосполучення від змінного. Невірний переклад крилатих висловів та інших образних засобів може призвести до суттєвих перекручень сенсу звороту.

З іншого боку, у фразеологічних зрощеннях образна основа майже не сприймається. Наприклад:

***McCain**: You know, my hero is a guy named **Teddy Roosevelt**. Teddy Roosevelt used **to talk softly, but carry a big stick. Sen. Obama likes to talk loudly** [14]. – Знаєте, моїм героєм є Тедді Рузвельт. Він завжди говорив м'яко, але переконливо, як-то кажуть, **дивиться лисицею, а думає вовком.** А сенатор Обама любить **говорити пафосно** (переклад наш – А.Г).*

Цитуючи чужі афоризми, політик має можливість значно скоротити текст, оскільки афоризм не вимагає подальшої аргументації. Маккейн згадав Теодора Рузвельта (тактика апеляції до авторитету), який керувався політикою "великого кийка" (вперше цей термін використано у його промові від 2 вересня 1901 року, де він процитував західноафриканське прислів'я: "Говори м'яко, і неси великий кийок; ти далеко підеш" (*Speak softly and carry a big stick; you will go far*), тобто за обставин був готовий використати військову силу. А, оскільки, *Тедді* Рузвельта американці люблять, спогад про нього грає на руку Маккейну. В цьому випадку фразеологізм *to talk softly, but carry a big stick* перекладено як описово, так і за допомогою аналогового відповідника в українській мові *дивиться лисицею, а думає вовком,* оскільки на його базі використано гру слів – *talk softly* протиставляється *talk loudly.* Цей фразеологізм зображує некооперативний характер комунікативної взаємодії, тобто висвітлює *конфронтаційну* стратегію. Такий підхід завдає цілеспрямованої шкоди іншій стороні і є вдалим засобом вираження конфліктних відносин між учасниками політичної комунікації.

Варто зауважити, що фразеологізми із негативною, а особливо з пейоративною конотацією дуже часто використовуються у *тактиці навішування ярликів,* оскільки вони принижують опонента, вказуючи на його особистісні недоліки та помилки. Такі експресивні лексичні одиниці відрізняються від фразеологізмів з негативною конотацією тим, що при використанні фразеологізмів з пейоративною конотацією в процесі вираження емоційного ставлення необхідний адресат, на якого здійснюється вербальний вплив у вигляді критики його поведінки. Наявність негативної конотації характеризується, в першу чергу, номінативним характером висловлювання або ремарки. Однак вона не обов'язково припускає об'єкт впливу. Пейоративність передбачає і вимагає впливу на адресата з метою усвідомлення ним своїх помилок. Подібний вплив можливий за участі прямого вербального пояснення, тобто через використання фразеологічних одиниць з пейоративною конотацією, в яких закладена не тільки емоційна реакція (в нашому випадку негативна), але й осуд, критика або навіть образа опонента:

Cameron: *He is an* ***old dog who can't learn new tricks*** *[15]. – Він* ***старий пес, якого не навчиш новим фокусам*** *(переклад наш – А.Г.).*

У цьому випадку фразеологічне сполучення з пейоративним значенням було перекладено за допомогою еквівалента в українській мові. На думку Р. Зорівчак [Зорівчак 1983, 50] повних фразеологічних міжмовних еквівалентів небагато, що зумовлено віддаленою спорідненістю української і англійської мов, що проявляється у відмінностях граматичної будови, лексичного складу, засобах образності співвідносних фразеологічних одиниць.

До фразеологізму з пейоративним значенням, використаним для реалізації тактики критики, також відноситься і наступний приклад, у якому мер Лондона Борис Джонсон критикує лідера лейбористів Еда Мілібенда:

Boris Johnson: *He's* ***neither fish, flesh nor fowl*** *[17]. – Він* ***ні риба, ні м'ясо*** *(переклад – Т. Краснокутська).*

Очевидно, що кількість образних фразеологічних одиниць, які збігаються за змістом та образністю в англійській та українських мовах, порівняно невелика. Значно частіше перекладачеві

треба використовувати український фразеологізм, аналогічний за змістом англійському, але який базується на іншому образі. Тому цей вираз також можна перекласти як *ні пава ні гава*, тобто той, який нічим не виділяється, посередній, ніякий. Такий варіант перекладу згідно з І. Корунцем [8, с. 99] відносять до близьких (справжніх аналогів), таких що мають приблизно подібну структуру, але їх значення передається за допомогою різних образів, розуміння яких не викликає труднощів у обох носіях мов, і наближених аналогів – різноструктурних і різноóбразних фразеологічних одиниць, конотативне забарвлення яких є специфічним, проте їх значення повністю або частково збігається. Хоча, звернімо також увагу на те, що для цього фразеологізму в українській мові також існує еквівалент *ні риба ні м'ясо* у значенні *безвольна, безхарактерна людина*. Порівнювані фразеологізми збігаються за значенням, структурною організацією, емоційно-експресивною і суб'єктивно-оцінною конотацією, а образи сприймаються без труднощів.

Якщо фразеологічного еквівалента не існує або він не є доречним в окремому випадку, то варто зробити контекстуальний переклад, як, наприклад, у реченні, де Барак Обама використовує стратегію *дистанціювання* (завдяки лексико-синтаксичному модифікаторові *I think*, який є регулятором ввічливості), критикуючи попередників, через яких країна знову опинилася в кризовому становищі:

Obama: *I think, we got deficits* ***as far as the eye can see****. We* ***went back to the salt mines*** *[14]. –* ***Думаю,*** *у нас* ***всюди*** *дефіцит. Ми знову* ***повернулися до часів важкої праці*** *(переклад – Ю. Дяченко).*

Інший приклад демонструє як ідіома *come down with something (*що означає *to become or to be sick with some illness*), яку було перекладено описово як *захворіти на щось,* використовується у стратегії дистанціювання та іронічно вказує на можливе поширення "нової хвороби" – ромнезії (натяк на те, що Мітт Ромні забуває свої обіцянки), і яку лікує не що інше як *Obamacare*:

Obama: *If you've* ***come down with*** *a case of Romnesia... we can fix you up [18]. – Якщо ви захворіли на ромнезію…ми вам допоможемо (переклад наш –А.Г.).*

Отже, фразеологізми з негативною конотацією часто використовуються політиками у конфліктному дискурсі. Вони вдало реалізуються у стратегіях дискредитації, конфронтації, дистанціювання, тактиках навішування ярликів, критики та обвинувачення. Використання емоційно забарвлених фразеологізмів з негативним значенням сприяє досягненню наступних цілей: а) чітко висловлює авторську позицію при оцінці ситуації або людини; б) імпліковано формує негативне ставлення до подій, маніпулюючи свідомістю цільової аудиторії; в) виконує функцію встановлення контакту з адресатом, дозволяє "бути ближче до народу". Їх переклад є творчим процесом і потребує вміння підшукати найкращий еквівалент чи аналог в українській мові, оскільки дослівний переклад часто не є прийнятним для норм української мови. Як, наприклад, з яскравим висловом Барака Обами, що критикує програму змін політики, яку пропонують республіканці, після якого розгорнувся скандал під назвою *Lipstick-gate* (контамінація від *Watergate – Вотергейтський скандал*), де президент натякнув на тандем Маккейн-Пейлін і невдалі вісім років Буша на посту президента:

Obama: *You can* ***put lipstick on a pig****, It's still a pig. You can wrap an old fish in a piece of paper called Change. It's still gonna stink after eight years [19]. – Можна нафарбувати помадою свиню – вона залишиться свинею. Можна загорнути стару рибу в папір і назвати це нововведенням, але вона буде пахнути так само (переклад наш – А.Г.).*

Як бачимо, перекладач використав кальку, хоча існують й інші варіанти описового перекладу, на кшталт *скільки вовка не виряджай в овечу шкуру, він вовком так і залишиться / скільки не ряди свиню павичем, вона свинею так і залишиться / адже скільки свиню ні прикрашай, вона все одно залишається свинею.*

Таким чином, фразеологічні одиниці необхідно тлумачити з метою збереження їх експресивності, а також негативної емотивної складової повідомлення. Окрім цього, в англійській мові з її аналітичним ладом межа між лексичним і фразеологічним одиницями розмита, тому розмежування фразеологічних словоспо-

лучень і вільних словосполучень нерідко становить певні труднощі, оскільки словосполучення легко переходять в слова.

На базі конфліктного політичного дискурсу ми показали, що, залежно від характеру одиниць мови оригіналу, виокремлюють такі стратегії перекладу, як описовий переклад, фразеологічний аналог або еквівалент, калькування або контекстуальна заміна. У процесі перекладацької діяльності найчастіше відбуваються змішані трансформації, які вдало поєднуються одна з одною – перестановка супроводжується заміною, граматичне перетворення супроводжується лексичним.

Слід також зазначити, що втрата чи зміна експресивно-емоційного забарвлення та негативної конотації фразеологізму під час його невдалого відтворення засобами української мови, суттєво спотворює прагматичний потенціал повідомлення. Саме тому варто ґрунтовно підходити до вибору перекладацьких стратегій під час роботи з фразеологічними одиницями.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Антонова Ю. А*. Коммуникативные стратегии и тактики в современном газетном дискурсе (отклики на террористический акт): автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук: специальность 10.02.01 / Антонова Юлия Анатольевна. – Екатеринбург, 2007. – С. 11.

2. *Виноградов В. С*. Введение в переводоведение (общие и лексические вопросы)/ В. С. Виноградов. – М. : Изд-во института общего среднего образования РАО, 2001. – 224 с.

3. *Влахов С. І., Флорин С. П.* Непереводимое в переводе / С. Влахов, С. Флорин – М. : Р.Валент, 4-е издание, 2009. – 360 с.

4. *Гальперин И. Р.* Очерки по стилистике английского языка : Опыт систематизации выразительных средств / И. Р. Гальперин. – М. : Изд-во "Стереотип", 2014. – 382 с.

5. *Голикова Ж. А*. Перевод с английского на русский: учебное пособие для студентов высших учебных заведений, магистрантов, аспирантов / Ж. А. Голикова – 4-е изд., стер. – М. : Новое знание, 2007. – 287 с.

6. *Зорівчак Р. П*. Фразеологічна одиниця як перекладознавча категорія (на матеріалі перекладів творів української літератури англійською мовою) / Р. П. Зорівчак. – Л. : Вид-во Львів. ун-ту, 1989. − 216 с.

7. *Комиссаров В. Н*. Современное переводоведение. – М. : ЭТС, 2004. – 423 с.

8. *Корунець І. В*. Теорія та практика перекладу. – К. : Наука, 2002. – 389 с.

9. *Кунин А. В*. Курс фразеологии современного английского языка: Уч. пос. для ин-тов и фак. иностр. яз.– 3-е изд., стереотип./А. В. Кунин. – Дубна : Феникс +, 2005. – 488 с.

10. *Паршина О. С.* Стратегии и тактики речевого поведения современной политической элиты России.: дис. на соиск. уч. ст. док. фил. наук: спец. 10.02.01 "Русский язык". – Саратов, 2005. – 324 с.

11. *Смит Л. П.* Фразеология английского языка./ Л. П. Смит. – М. : Дрофра, 1998. – 158 с.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

12. Red Ed "turns blind eye to his party's shame in Wales": Miliband accused of hypocrisy for ignoring crisis while trying to score political points from problems in England. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.dailymail.co.uk/news /article-2916018/Red-Ed-turns-blind-eye-party-s-shame-Wales-Miliband-accused-hypocrisy-ignoring-crisis-trying-score-political-points-problems-England.html

13. Tory Poster Puts Labour "In Salmond's Pocket" [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://news.sky.com/story/1441361/tory-poster-puts-labour-in-salmonds-pocket

14. The Second McCain-Obama Presidential Debate on October 7, 2008. Debate Transcript [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.debates.org /index.php?page=october-7-2008-debate-transcrip

15. "The result was never really in doubt": Observers say Putin's win was a sure bet... as tens of thousands flood into Moscow for mass protests [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.dailymail.co.uk/news/article-2110320/ Russian-elections-2012-Vladimir-Putin-power-Moscow-braces-mass-protests.html

16. Cameron "having his cake & eating it" on debate [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.snp.org/media-centre/news/2013/dec/cameron-having-his-cake-eating-it-debate

17. Boris Johnson: Cities slicker [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.totalpolitics.com/articles/445862/boris-johnson-cities-slicker.thtml

18. In Virginia, Obama diagnoses Mitt with "Romnesia" [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.cbsnews.com/news/in-virginia-obama-diagnoses-mitt-with-romnesia/

19. "Lipstick on a pig": Attack on Palin or common line? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://edition.cnn.com/2008/POLITICS/09/10/campaign.lipstick/

Стаття надійшла до редакції 16.04.15

А. С. Григораш, магистрант
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

Стратегии перевода фразеологизмов с негативной коннотацией в англоязычном политическом дискурсе

В статье рассматриваются функции и значение фразеологизмов с отрицательной коннотацией в англоязычном политическом дискурсе. Подчеркива-

ется важность сохранения прагматического потенциала таких сообщений в процессе их перевода на украинский язык.

Ключевые слова: *перевод фразеологизмов, политический дискурс, стратеги дискредитации, эквивалент, аналог.*

A. Hryhorash, Master's Degree Stud.
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

Translation strategies for phraseological units with negative connotation in the English political discourse

The article focuses on functions and meaning of phraseological units with negative connotation in English political discourse. The article deals with studying of the importance of preservation their pragmatic potential of these messages while their interpreting in Ukrainian.

Keywords: *translation of phraseological units, political discourse, discrediting techniques, equivalent, analog.*

УДК 81'27

К. М. Грицайчук, студ.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

СОЦІОЛІНГВАЛЬНА РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ УКРАЇНИ У ФРАНЦУЗЬКОМУ МЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ В 2013 РОЦІ

Статтю присвячено дослідженню лексико-стилістичних особливостей та функціонування соціолінгвальної репрезентації України на матеріалі французької преси. У роботі розглянуто поняття соціолінгвальної репрезентації, а також надано характеристику соціолінгвальній репрезентації України в контексті різних тематичних сфер.

Ключові слова: *соціолінгвальна репрезентація, репрезентаційна парадигма, концепт, теорія соціальних репрезентацій.*

Мова і свідомість людини тісно пов'язані з її соціальним буттям. Мова – це і інструмент комунікації, і спосіб осягнення світу, і потужний механізм соціального впливу. Особливо ефективно цей вплив здійснюється через засоби масової інформації. Грамотно підібрані лексико-стилістичні конструкції здатні вплинути на свідомість реципієнта, змінивши його поведінку.

Розташована на зламі соціології, психології та лінгвістики, соціолінгвістика, зі свого боку, сприяє глибшому розумінню стереотипів європейців щодо України. Аналіз соціо-лінгвальної репрезентації України у французьких медіа, заснований на теоріях С. Московічі, Ж-К. Абріка, Д. Жоделе та П. Моліне, та подальша інтерпретація його результатів можуть сприяти покращенню сприйняття нашої держави у світі, що і зумовлює **актуальність** даної роботи.

Метою роботи є дослідження соціолінгвальної репрезентації України у французькому медійному просторі у 2013 році, виділення її основних характеристик та закономірностей функціонування.

Наукова новизна роботи зумовлена тим, що, попри перспективність досліджень у даному напрямку, соціо-лінгвальна репрезентація України на сьогоднішній день не є достатньо вивченою і потребує подальшого аналізу.

Об'єктом дослідження є французький медійний дискурс, а **предметом** – соціо-лінгвальна репрезентація України у французькому медійному просторі в 2013 році.

Матеріалом дослідження слугував електронний архів газети "*Le Monde*", звідки методом суцільної вибірки було відібрано 240 статей, де траплявся топонім "Україна".

За визначенням Т.В. Угрин, **соціо-лінгвальна репрезентація** – це "виражена у мовленні соціокогнітивна конструкція, що відтворює елементи оточуючого середовища, поділяється та колективно створюється членами певної людської спільноти з метою освоєння зовнішнього світу" [2, с. 147].

"Поняття-перехрестя" за В. Дуаз [4, с. 81], наділене "наскрізним статусом" за Д. Жоделе [5, с. 41], термін "соціальна репрезентація" було введено до наукового обігу на межі XIX–XX століть Емілем Дюркгеймом, французьким соціологом. Термін "соціальна репрезентація" вперше з'явився у його праці "Правила соціологічного методу" (1895) [2, с. 142]. Е. Дюркгейм пропонує його для пояснення різноманітних феноменів соціологічної сфери. Ідея Дюркгейма базується на думці про те, що суспільство представляє своєрідну єдність, яка за своєю суттю є дечим більшим, ніж проста сукупність всіх індивідуумів, які його склада-

ють. Звідси висновок про те, що певні форми "колективної думки" не зводяться до сукупності індивідуальних думок [6, с. 10].

У 1961 році соціо-психолог Серж Московічі звертається до ідей Дюркгейма у своїй праці "Психоаналіз; його образ та його публіка". Він оформлює концепцію Дюркгейма у завершену теорію. На його думку, соціальні репрезентації – це прості форми знання, метою яких є організація поведінки та комунікації.

Після появи теорії Московічі з'явилися і інші визначення "соціальної репрезентації". Наприклад, для Д. Жоделе, вони є "формою соціально розробленого та поширеного знання, що має практичну мету і сприяє створенню спільної реальності у соціальному колективі". Вона наполягає на практичному характері цього знання: "Репрезентація слугує для того, щоб впливати на світ та інших" [5, с. 43–44].

На думку Т.В. Угрин, на сьогоднішній день поняття репрезентації визначається через його функцію посередника між індивідуумом та світом, що його оточує: "Метою існування репрезентації є відтворення на іншому рівні завдяки певним понятійним замінникам відсутньої поведінкової або концептуальної реальності" [2, с. 145].

Поняття "репрезентації", яке постало із соціології та соціальної психології, стало віднедавна наскрізним концептом, з яким ми зустрічаємося у різних галузях знань про людину та суспільство, і яке набуло у соціолінгвістиці першочергового теоретичного значення [3, с. 17].

Наше ставлення до того чи іншого реального об'єкта базується лише на тому, яким ми його уявляємо [6, с. 5]. Для того, щоб створити образ необхідно установити зв'язок між своїми власними намірами, поширюваною інформацією та переконаннями тих, для кого цей образ створюється.

Теорія соціальних репрезентацій, власне, і пояснює те, яким чином формується цей образ, на яких психологічних механізмах він базується та яким чином сприймається, адже репрезентації є системами інтерпретації соціального середовища [6, с. 6–7].

У нашому дослідженні запропоновано аналіз функціонування соціо-лінгвальної репрезентації топоніму "Україна" та її лекси-

ко-стилістичні особливості на основі кількісного та якісного аналізу корпусу матеріалів.

Кількісне дослідження показало, що в 2013 році події в Україні викликали жвавий інтерес у французькій пресі. Головна увага журналістів була прикута до еволюції стосунків України з Європейським Союзом (33 %) та Росією (27 %), а також перебігу української кризи (32 %). Крім названих вище, топонім "Україна" фігурував також у статтях, присвячених спорту, секс-індустрії та феміністичному угрупуванню "*Femen*", екологічним проблемам, проблемі корупції та низького рівня життя, сільському господарству.

Проводячи аналіз присвячених Україні матеріалів, ми звернули увагу на синтаксичну особливість репрезентації України: іменник "Україна" майже в половині випадків супроводжується поширеними відокремленими прикладками. Нами було встановлено, що ці прикладки розподіляються за наступними принципами: геополітичний, історичний та за станом економіки.

Геополітичний принцип орієнтується на розташування України по відношенню до Європи та Росії. За цим принципом ми виділяємо такі прикладки: *Pays de l'Est* (країна Сходу), *Région marginale* (маргінальний регіон), *La voisine slave de la Russie* (слов'янська сусідка Росії).

З точки зору *політико-економічного підходу* акцент робиться на заплутаності українського політичного життя та статусі країни з економікою, що розвивається. Наприклад: *Pays compliqué* (заплутана країна), *Pays émergent* (країна з економікою, що розвивається), *Pays pauvre* (бідна країна), *Pays en voie de développement* (країна з економікою, що розвивається).

Історичний принцип передбачає прикладки, які посилаються на минуле України, зокрема – її перебування у складі колишнього Радянського союзу. Для того, щоб зазначити цей минулий стан, використовуються різноманітні мовні засоби: прикметник *ancien* (колишній): *ancienne république soviétique* (колишня радянська республіка); префікси латинського походження *ex-* та *post-*, які мають значення "колишній": *république ex-soviétique* (колишня радянська республіка), *état post-soviétique* (пострадянська держава). Цікаво, що варіант з префіксом *ex-* є більш поширеним.

Надалі пропонуємо розгляд соціо-дискурсивної репрезентації України в тематичному аспекті, в межах якого ми умовно виділили такі тематичні блоки: стосунки між Україною та Росією, стосунки між Україною та Європейським Союзом, українська революція, сільське господарство, спорт.

1. Стосунки між Україною та Росією

У 2013 році стосунки України з Росією змінилися від максимального зближення та залежності української сторони на початку року до конфронтації та конфлікту в грудні. Ці стосунки розкриваються через такі образи:

(1) Україна як головний партнер, близький друг Росії. Росія визначалася як "стратегічний партнер України" (*partenaire stratégique*), "сусід та основний економічний партнер" (*voisin et principal partenaire commercial*). Крім того, Росію по відношенню до України визначають через клішований перифраз *le grand frère* (старший брат), а також було зазначено, що "українці та росіяни живуть душа в душу" (*les Ukrainiennes et les Russes filent le parfait amour*). Україна та Росія визначаються за допомогою перифразу "слов'янські сестри" (у матеріалі дослідження було представлено 2 варіанти: *les sœurs slaves, les cousines slaves*).

(2) Україна як колишня колонія Росії. Так, по відношенню до Росії Україна визначається як її "колишній сателіт" (*ancien satellite*) та "Малоросія" (*la Petite Russie*), а євроінтеграція сприяє баченню України через російську призму як *épouse frivole et infidèle* (легковажної та невірної дружини).

(3) Україна як залежна від Росії держава. Залежність України висловлювалося за допомогою синонімічних іменників *dépendance* (залежність), *la contrainte* (вимушена залежність), часто вживаного звороту *sous pression* (під тиском), а також фразеологізму *pieds et poings liés* (зв'язаний по руках і ногах).

(4) Україна як жертва російської агресії. Цей образ створювався за рахунок використання мілітаристської лексики: Росія хоче "знищити" (*liquider*) паростки української демократії, веде з Україною "торгівельну війну" (*la guerre commerciale*) та "холодну війну" (*la guerre froide*), "погрожує" (*menace*) та застосовує газ як "зброю" (*arme du gaz, gaz russe, arme ultime de Moscou)*.

Стосунки між Україною та Росією характеризуються високим ступенем амбівалентності і еволюціонують від суцільної взаємодії на початку року до глибокого конфлікту у грудні 2013 року, про що і свідчать зміни у репрезентації України у французькій пресі.

2. Стосунки між Україною та Європейським Союзом

Стосунки України з Європейським Союзом розвивалися в контексті очікування на підписання угоди у Вільнюсі про Асоціацію з Європейським Союзом, і саме в таких умовах формувалися виокремлені нами когнеми (= складові репрезентації).

(1) Важлива геополітична одиниця. Завдяки своєму розташуванню між Європою та Росією, Україна є важливим стратегічним партнером Європи, яку остання хотіла б бачити своїм союзником. Україна є "важливим геополітичним питанням" (*question géopolitique importante*), "найважливішою з шести країн східного партнерства" (*le plus important de six pays du partenariat oriental*), "ведучим регіоном" (*région phare*). Європа усвідомлює буферну роль України між Західною та Східними цивілізаціями та відводить їй роль "мосту між ЄС та Росією" (*pont entre L'UE et Russie*).

(2) Держава у стані соціально-економічного занепаду. Україна описується як країна в стані "соціального занепаду" (*pays en détresse sociale*), держава, що застрягла між минулим та сучасністю *(un pied dans la modernité, l'autre dans le passé)*, де *la loi se plie et se tord* (закон згинається та прогинається), *pays déprimé* (пригнічена країна), *en dépression démocratique profonde* (в глибокій демократичній депресії).

(3) Ненадійний партнер. Ми звернули увагу на сумніви ЄС щодо серйозності намірів Києва у євроінтеграційних прагненнях. Ці сумніви знайшли своє вираження як на лексичному, так і на синтаксичному рівнях. Ставлення України до ЄС характеризується як "флірт Києва з Брюсселем" (*flirt de Kiev avec Bruxelles).* Сумніви також висловлюються у таких конструкціях:

(а) "***L'Ukraine pourrait*** *signer un accord d'association…*" – Україна, можливо, підпише угоду про асоціацію. Теперішній час умовного способу дієслова "*pouvoir*" застосовується у пресі для висловлення непевності, сумніву у наданій інформації.

(б) "***Si*** *Kiev veut obtenir la signature d'un accord d'association et de libre-échange avec UE…*" – Якщо Київ хоче підписати угоду про Асоціацію з ЄС… Ця конструкція є підрядною частиною умовного речення з умовним "*si*", а умовне речення за своєю природою передбачає альтернативу.

3. Українська революція

Євромайдан (або ж Єврореволюція, Революція гідності та Українська революція) постав на сторінках французької преси під загальною назвою *la crise ukrainienne* (українська криза).

Саме з початком Української революції у пресі, як це видно на прикладі досліджуваної нами газети *Le Monde*, топонім "Україна" перестав стосуватися винятково владної верхівки та офіційного уряду, а поширився і на народ, який проти цього уряду протестував. Наприклад:

1. *L'Ukraine est un état pseudo-démocratique.* В цьому контексті поняття "Україна" поширюється на владу, яку Європа засуджує. Проявляється це також в оцінній лексиці, яка вживається для характеристики дій урядовців. За матеріалами газети, протестувальників було розігнано *violemment* (жорстоко) та *abruptement* (брутально).

2. ***L'Ukraine*** *proteste contre le régime d'Ianoukovitch*. Тут "Україна" використовується для позначення населення, яке виступає проти влади.

4. Феміністичний рух "*Femen*"

Соціо-лінгвальна репрезентація України в даному контексті створюється учасницями руху "*Femen*".

(1) Країна із застаріло-патріархальним ладом. З їхніх слів, Україна є *la dictature* (диктатурою), *pays patriarcal* (патріархальною країною).

(2) Країна, де розквітає секс-туризм. За рівнем розвитку секс-індустрії активістки характеризують Україну за допомогою перифразу *la nouvelle Thaïlande* (новий Таїланд), що є алюзією на Таїланд як найпопулярніше у світі місце з надання сексуальних послуг, куди приїжджають відвідувачі з усіх континентів:

L'Ukraine, ***c'est la nouvelle Thaïlande****, et le phénomène progresse (Le Monde, 7/03/2013).*

5. Сільське господарство

Україна розглядається як колишня житниця Європи та Радянського Союзу. Цей образ створюється завдяки перифразам *Ancien grenier à blé de l'Europe* – колишня житниця Європи; *Ancien grenier de l'ex-URSS* – колишня житниця колишнього СРСР. Крім того, підкреслюється сільсько-господарський потенціал регіону за допомогою прикметника *riche* (багатий): *région riche* – багатий регіон. Акцент на багатстві краю робиться завдяки порівнянню з Ельдорадо (*Eldorado*) – зрозумілим для європейця символом процвітаючої території.

6. Спорт

Українська футбольна команда цікавила французів у контексті відбіркових матчів до Чемпіонату Світу з футболу 2014 року. На шпальтах французьких газет Україна характеризується як *adversaire difficile* (складний суперник). Для посилення експресивності використовуються також фразеологічні одиниці. Наприклад, *un adversaire* ***à ne pas prendre de haut*** (суперник, до якого не варто ставитися зверхньо).

Аналіз виокремлених вище тематичних блоків дозволив нам виділити такі лексико-стилістичні особливості соціо-дискурсивної репрезентації України в контексті зазначених подій.

(1) Набула поширення значна кількість неологізмів, які містять у собі частинку *euro-,* до яких належать: *Euromaydan* (Євромайдан), *euroromantique* (євророматик), *euro-révolution* (єврореволюція), а також уже існуючих слів, на кшталт *proeuropéenne* (проєвропейський).

(2) Мова французької публіцистики збагатилася також запозиченнями з української мови, які сприяють наближення французького читача до українською дійсності та позначають специфічні явища, які існують на наших теренах. Наприклад: *siloviki* (силовики) – підконтрольні режиму збройні сили, які застосовуються для розгону мирних демонстрацій; *tituchkis* (тітушки) – проурядові військово-спортивні бандитські групування, основним завданням яких є вчинення погромів та провокацій; *apparatchik* (апаратчик) – запозичення з російської мови періоду СРСР, що застосовується для характеристики корумпованого чиновника із радянською моделлю мислення. Вживається для характеристики В. Януковича.

(3) Потреба характеристики української дійсності сприяла також утворенню певної кількості семантичних кальок, тобто запозичення переносного значення слова чи виразу. Наприклад, словосполучення *aide fraternelle* (братська допомога) в контексті української кризи набуває нового значення. Це кліше використовується для позначення сукупності дій Росії, спрямованих на утримання України у своїй сфері впливу. Слова *clan* (клан) та *famille* (сім'я) набули значення "клан" та "сім'я" Януковича – терміни, які слугують для визначення злочинної мережі, створеної Віктором Януковичем в українському політикумі.

(4) Кризові, дефективні явища в українській соціо-політичній системі зазначеного періоду виражаються також за допомогою медичних метафор. Наприклад:

...pour éviter ***une contagion*** *de l'instabilité (Le Monde, 12/12/2013)* – … щоб уникнути **зараження** нестабільністю;

Таким чином, у ході нашого дослідження ми з'ясували, що соціо-лінгвальна репрезентація України у французькій пресі в 2013 році була заснована на стереотипових образах, пов'язаних із її радянським минулим та соціально-економічним становищем, однак наприкінці 2013 року почали з'являтися нові, проєвропейські погляди на Україну.

Крім того, в контексті революційних подій, які розпочалися після того, як угоду про асоціацію з Євросоюзом підписано не було, соціолінгвальна репрезентація України збагатилася значною кількістю неологізмів, метафор, запозичень з української та російської мови, які вживаються для наближення франкомовного читача до української реальності.

Перспективність нашого дослідження полягає у можливості подальшого аналізу соціолінгвальної репрезентації України протягом тривалішого часу та виокремлення її центральних і периферійних елементів.

Стаття надійшла до редакції 28.04.15

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Москаленко В. В.* Психологія соціального впливу : Навч. Посібник / В. В. Москаленко – К. : Центр учбової літератури. – 2007, 448 с.

2. *Угрин Т. В.* Поняття соціо-дискурсивної репрезентації та його основні характеристики / Т. В. Угрин // Мовні і концептуальні картини світу. – 2013. – Випуск 46, частина 4. – С. 141–148.

3. *Boyer H.* De l'autre côté du discours. Recherches sur le fonctionnement des représentations communautaires / Henri Boyer – Paris: L'Harmattan, 2003. – 125 p.

4. *Doise W., Moscovici S.* Les décisions en groupe / S. Moscovici, W. Doise. – Paris : Presses Universitaires de France, 1985. – 296 p.

5. *Jodelet D.* Les représentations sociales / D. Jodelet. – Paris : PUF. – 188 p.

6. *Moliner P.* Images et représentations sociales de la théorie des images sociales / Pascal Moliner. – Grenoble : PUG, 1996. – 276 p.

К. М. Грицайчук, студ.
Институт Филологии КНУ им. Тараса Шевченко, г. Киев

Социолингвальная репрезентация Украины во французском медийном дискурсе в 2013 году

Статья посвящена исследованию лексико-стилистических особенностей и функционированию социолингвальной репрезентации Украины на материале французской прессы. В работе рассматривается понятие социолингвальной репрезентации, а также дается характеристике социолингвальной репрезентации Украины в контексте разных тематических сфер.

Ключевые слова: *социолингвальная репрезентация, репрезентационная парадигма, концепт, теория социальных репрезентаций.*

K. Hrytsaichuk, Stud.
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

Socio-lingual representation of Ukraine in the French media discourse in 2013

This article is devoted to the analysis of lexical and stylistic particularities and functioning of the socio-lingual representation of Ukraine inthe French media. This work studies the notion of the socio-lingual representation and characterises socio-lingual representation of Ukraine in different thematic fields.

Keywords: *socio-lingual representation, representational paradigm, concept, theory of social representations.*

УДК 821.10/03

М. В. Гриценко, асп.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

КРОСОВЕР-ЛІТЕРАТУРА В ПЕРЕКЛАДІ ТА ЇЇ ЦІЛЬОВА АУДИТОРІЯ

Стаття присвячена дослідженню впливу цільової аудиторії на вибір перекладацьких стратегій у ситуації перекладу кросовер-літератури.

Розглядається подвійна природа читача та можливість виникнення конфлікту інтересів учасників перекладацького проекту. За приклад узято тексти англомовного автора Ніла Ґеймана.

Ключові слова: *кросовер-література, цільова аудиторія, кросовер-потенціал, ситуація перекладу, перекладацький проект.*

Кросовер-література – явище не тільки суто літературне, а й маркетингове. Визначальною її характеристикою стала подвійна аудиторія, тобто спрямованість як на дорослих читачів, так і на читачів молодшого віку (дітей та підлітків).

Згідно з дослідженням Сандри Бекетт, особливо продуктивною на тексти з подвійною аудиторією стала друга половина XX ст., і ця тенденція різко зростає за останні роки. Кросовер-література звертається до дитини й дорослого одночасно й на рівних правах [Beckett 1999, xi-xiv].

Дослідниця додає, що видавнича історія кросовер-текстів часто вкрай важлива для розуміння того, чому саме вони успішно охоплюють подвійну аудиторію, адже зміна цільової аудиторії твору може відбуватися з ініціативи автора або видавця [Beckett 1999, xv]. Поінформованість стосовно першовору та його ситуації важлива для всіх учасників перекладацького проекту, а не тільки для перекладча. Тому, як зауважує Анна Урбан, важливо розглядати переклад як процес прийняття рішень, але не тільки перекладачем [Urban 2013, 30].

Отже, **темою** даного дослідження стала роль, яку відіграє цільова аудиторія в перекладацькому проекті. А саме: її вплив на перекладацьку стратегію та на подальші рішення інших агентів безпосереднього впливу (замовник, видавництво, редактор). Такі учасники перекладацького проекту наділені правом остаточного прийняття рішень, і зазвичай перекладач їм підпорядковується, хоча зберігає за собою право відстоювати свій вибір. Тому **мета** нашої розвідки – розглянути початок формування ситуації перекладу; значення цільової аудиторії як агента опосередкованого впливу.

Насамперед постає питання: зосередитися на творі (авторі) та його потребах чи запланованій цільовій аудиторії? Чи раціонально говорити про задоволення почасти суперечливих інтересів

чи про їх конфлікт? Хто опиняється в центрі перекладацького проекту? Де проходять межі перекладачевої відповідальності? Що передбачає "установка на читача"? Чи суперечить творча незалежність перекладача політиці видавництва? Загалом ця низка питань отримує відповідь окремо для кожного запланованого перекладу залежно від політики видавництва або ж відсутності її систематичного застосування.

У цьому аспекті А. Урбан розглядає конфлікт інтересів автора першотвору, перекладача й замовника перекладу: "Перекладач змушений відмовитися від вірності авторові й натомість скоритися редакторові/видавцеві. Прохання й накази редактора й видавця змінюють текст і, намагаючись зробити його більш сприятливим для дітей, вони показують неповагу до автора й культури першотвору" [Urban 2013, 17; 18].

На думку дослідниці, здається майже неможливим уявити перекладачів дитячої літератури в такому ж статусі, що й автори, адже за ними стежать редактори, клієнти, які доручають їм прийняти "належне й раціональне рішення", що в якнайкращий спосіб виконає заплановане перекладацьке завдання. Проте вона вважає, що перекладач має бути носієм повідомлення, представником автора [Urban 2013, 19].

А. Урбан порушує проблему перекладачевого підкорення, застосування його творчого підходу на догоду цільовому читачеві, а отже обмеження вибору практичними потребами перекладацького проекту. Проте адресат перекладу, незважаючи на вірогідність вказаного негативного впливу на оригінальний авторський задум, незмінно залишається основною причиною маніпуляцій із текстом.

У перекладознавстві, й насамперед у практичній діяльності перекладача, який працює з кросовер-літературою, доречно послуговуватися також і поняттям "кросовер-потенціал" твору. Адже художній твір, тим більше сучасний, не існує поза контекстом, він визначається і залежить від ситуації, в якій функціонує. Це означає, що на сприйняття художнього твору цільовою аудиторією впливає комплекс різноманітних чинників: культурних, соціальних, політичних, релігійних тощо. Тому, як зауважує Сьюзен Баснет, якщо текст вважати об'єктом, що має

лише одне інваріантне прочитання, то будь-яке відхилення з боку читача/перекладача сприйматиметься як порушення [Bassnett 2005, 84]. Однак така ситуація суперечила б подвійній природі кросовер-творів, які передбачають розмаїття прочитань та підходів до їх тлумачення.

За С. Басснетт, ступінь відтворення перекладачем характеру та елементів першотвору визначається як системою мови оригіналу, так і системою мови перекладу й залежить від функції перекладу [Bassnett 2005, 86].

У разі, якщо ми маємо справу з кросовер-літературою, йдеться насамперед про можливість реалізації кросовер-потенціалу. Адже з цілком визначеної ситуації в країні мови оригіналу першотвір переноситься перекладачем на новий ґрунт. Однак далеко не всі якості першотвору можуть зберігатися й справджуватися в новому контексті його існування вже як перекладеного твору. Якщо ж враховувати необхідність успішно знайти ринкову нішу для надрукованого твору, то стає очевидною важливість вибору оптимальної спрямованості перекладу, що визначатиме подальші кроки перекладача. Отже, можна сформулювати першу проблему в процесі перекладу кросовер-твору, а саме: *для кого?* В цьому випадку ми впритул наближаємося до поняття цільової аудиторії та її вимог. Для перекладача, зважаючи на потребу здійснити успішний переклад, ключовим стає питання вибору стратегії, такого підходу до вирішення поставленого завдання, який би відповідав меті перекладу, – тобто *яким чином?*

С. Бекетт вказує на те, що відносини з подвійною аудиторією можуть різнитися: це може бути як співпраця, так і конфронтація або ж навіть недопущення, коли здається, що дитина й дорослий читають цілком різні тексти [Beckett 1999, xvi]. Цих поглядів дотримується Керол Скотт, зауважуючи, що твір має різні рівні тлумачення для аудиторії, і тому читацький досвід перестає бути спільним [Scott 1999, 109].

Так, Марія Тимошко спостерігає, що вимоги замовника перекладу переплітаються з питаннями аудиторії, і це постає важливим елементом у перекладацьких нормах і стратегіях. Вона зауважує, що на перекладацьку стратегію вплавають не лише такі фактори, як система вірувань або цінностей аудиторії, сама при-

рода читацької аудиторії також визначатиме норми перекладу [Tymoczko 1999, 31]. Тому для успішного застосування перекладацьких стратегій, необхідно знати про фактичні, часом суперечливі особливості й потреби цільового читача.

Згідно з дослідженням Кетрін Джеймс, за минулі тридцять років присутність смерті в книгах для дітей усіх вікових груп значно почастішала. Тож часта поява смерті в різноманітних жанрах підліткової категорії схиляє до думки про те, що смерть сильно приваблює підліткову аудиторію [James 2009, 3].

Сучасна підліткова література, спостерігає К. Джеймс, майже нічого не цурається. Одна з характеристик цього жанру – висвітлення травматичних і жорстоких аспектів життя. Читачі можуть опосередковано дослідити низку тем, що охоплюють сексуальне насильство, інцест, підліткову вагітність, гомосексуалізм, насильство, самогубство і невиліковні хвороби [James 2009, 73].

Тут варто згадати твердження Домініка Читема про те, що передбачувана аудиторія будь-якого тексту – це культурна й часова змінна, а не константа, оскільки постійно змінюється культура, з якою тісно пов'язані досвід та очікування читача. Зважаючи на гетерогенну природу молодшої читацької аудиторії, Д. Чітем пропонує взяти до уваги такі поняття як ***мульти-аудиторія*** *(multi-audience)* і ***читацький спектр*** *(audience range)* як альтернативні описові терміни [Cheetham].

Цільова аудиторія кросовер-літератури не є наперед заданою та незмінною. Якщо ми говоримо про художню літературу загалом, то вживаємо поняття "читач" на позначення аудиторії, яка охоплює різні вікові категорії, однак далеко не завжди їх поєднує. Поняття кросовер-література має один важливий аспект – добровільність читацького вибору, перш за все так би мовити "вроджену" здатність художнього твору апелювати одночасно до різних за віком читачів.

Щоб унаочнити подвійну спрямованість першотвору та її можливу зміну в перекладі, звернімося до такого прикладу – трилогії Філіпа Пуллмана "Темні початки". В американському однотомному виданні 2011 року на суперобкладинці в анотації та відгуках вказано його спрямування:

(...) Philip Pullman invents a richly detailed and marvelously imagined world that is complex and thought-provoking enough to enthrall ***readers of all ages****. // "Once in a lifetime* ***a children's author*** *emerges who is so extraordinary that the imagination of generations is altered. (...) So too is Philip Pullman, whose Dark Materials trilogy will be devoured by* ***anyone between eight and eighty****." NEW STATESMAN // "As rich and complex a fantasy novel* ***as any adult reader*** *could wish for." SAN FRANCISCO EXAMINER-CHRONICLE // "(...) His originality and action hold* ***young readers*** *rapt as he knocks out* ***older readers*** *who recognize his deliberate re-creation of Milton's Paradise Lost." THE DENVER POST* [Pullman 2011].

Бачимо, що це типовий кросовер, призначений для змішаної, різновікової аудиторії (readers of all ages).

Українське тритомне видання 2008 року виразно спрямоване на молодшу аудиторію. На його обкладинці вказано:

"*Філіп Пуллман – (...) один з найвідоміших у світі* ***авторів юнацьких романів*** *у жанрі фентезі, пригодницьких історій, а також детективів. (...) "Північне сяйво" – лауреат престижної премії* ***Guardian Children Fiction Award****. (...) 2007 року роман (...) був визнаний найкращою* ***книжкою для дітей*** *за 70 років. (...) 2001 року роман "Янтарне скло" здобув Whitebread Prize в номінації "Краща книга року" –* ***єдина дитяча книжка****, нагороджена цією премією*" [Пуллман 2008].

Зважаючи на те, кросовер-література розглядається дослідниками насамперед як сучасний феномен, стає актуальним дослідження фактору впливу її цільової аудиторії на вибір перекладацьких стратегій, адже перекладознавча наука має своєчасно реагувати на нові явища в літературному процесі.

Для початку звернімося до тлумачень поняття цільового читача в дитячій літературі. Так, Зохар Шавіт спостерігає, що за визначенням дитяча література адресована дітям, однак завжди й без винятку вона має додаткового адресата – дорослого, який діє як пасивний або ж активний адресат текстів, написаних для дітей. Тому дитяча література повинна здобути схвалення дорослих, щоб забезпечити своє існування [Shavit 1999, 83–84].

Дослідження німецького вченого Ганса-Гейно Еверса [Ewers 2009] показують, що в цій сфері закономірно діє кілька типів гравців. Він зауважує, що дорослі також є читачами дитячої літератури, хоча це не означає, що її слід визначати як читацький матеріал для дорослих. Дорослі пов'язані з дитячою літературою не як фактичні отримувачі й читачі, а радше тільки як посередники, що фільтрують або ж оцінюють. Посередники-дорослі читають повідомлення, усвідомлюючи, що вони не входять до групи його фактичних адресатів, а тому не застосовуватимуть до цих повідомлень критерії, що вважаються прийнятними для "дорослого" читацького матеріалу.

Посередникам-дорослим не слід розглядати дитячий художній текст у спосіб, який би задовольняв їхні власні читацькі вимоги. Їм належить головним чином зосередитися на тому, чи даний текст відповідає їхнім основним уявленням про те, яка література може бути придатною для дітей. У такому випадку дорослі готові рекомендувати її до прочитання дітям та підліткам, навіть якщо вона не сподобається їм самим. Еверс пропонує характеризувати таких посередників дорослими ***співчитачами дитячої літератури*** (*co-readers of children's literature*) [Ewers 2009, 43].

Еверс зазначає, що в різні часи та значною мірою дорослі долучалися до комунікації у сфері дитячої літератури не як посередники, а як фактичні адресати й читачі. Еверс виокремлює кросовер-літературу (хоча даним терміном не користується) як окремий тип художньої комунікації з читачем: *"Дитяча література також є, хоча, очевидно, й різною мірою, дорослим читацьким матеріалом. Дитяча література, що водночас функціонує і як література, спрямована на дорослих, складається не лише з поєднання двох видів комунікації (з посередниками-дорослими та з дітьми- й підлітками-отримувачами): у такому випадку додається третій вид комунікації – з отримувачами-дорослими. Тільки коли дорослі діють як додаткові фактичні читачі, дитячу літературу можна розглядати як літературу з багатьма адресатами, літературу, націлену на декілька читацьких груп"* [Ewers 2009, 44].

Зауважимо, що вікова переорієнтація твору може відбуватися в обох напрямках: не тільки зі сфери дитячої літератури до дорослої, а й навпаки – від літератури дорослої до дитячої. Згідно зі спостереженнями Н. Я. Дзюбишиної-Мельник, мова літератури для дітей шкільного віку 10–14 років має *практично всі* ознаки художнього стилю "дорослої" літератури (курсив наш. – *М. Г.*) [Дзюбишина-Мельник]. Проте до дитячої літератури зазвичай висуваються вимоги відповідності певним стандартам, і починає діяти не тільки так звана цензура "згори" (наприклад державна: системи освіти чи національної культури), а й цензура "знизу", пов'язана з особистістю перекладача, його ідіостилем та розумінням вимог перекладацького проекту, його баченням цільового читача (дорослого, дитини чи обох одночасно) та пов'язаних із цим труднощів перекладу. Тому, з огляду на це, перекладачеві доводиться вирішувати: *чи можна зацікавити дорослих "дитячим письмом"? чи зможуть молодші читачі сприйняти "дорослий" твір?* При цьому слід зауважити, що перекладач виступає не тільки в ролі посередника в міжкультурній комунікації в царині літератури. Адже відповідно до положень теорії перекладацької дії, він стає безпосереднім виконавцем поставленого замовлення, від якого великою мірою (проте й не повністю, зважаючи на рішення видавця чи редактора) залежить успішність його виконання. Проблема формується дещо інакше: *що і яким чином можу зробити я, перекладач, щоб, згідно з моїм завданням у даній ситуації перекладу, "дорослі зацікавилися..."/ "молодші сприйняли..."?*

Варто зазначити, що вікова переорієнтація твору відбувається не завжди. Наприклад, коли художній твір від початку свого існування в літературному середовищі націлений чи то за задумом автора, чи то видавця на подвійну аудиторію. Загалом те ж саме справджується і для перекладеної літератури, однак зміна цільової аудиторії може охоплювати не тільки "перепакування" для певної вікової групи – маємо на увазі подвійні видання окремо для дорослих та окремо для дітей того самого тексту – а й при потребі суттєві зміни в ньому. Такий процес може означати певний рівень адаптації не тільки у значенні спрощення тексту для дітей, а й пристосування до потреб дорослих.

Отже, кросовер-потенціал твору має бути оптимально використаний відповідно до вимог, висунутих до перекладацького проекту. Зрештою, від цього залежить схвальне ставлення цільового читача до художнього твору, його залучення до масиву визнаної сучасної літератури.

Розгляньмо залежність перекладу від ситуації на прикладі уривків із оповідань Ніла Ґеймана "*Don't Ask Jack*" (1) та "*Troll Bridge*" (2) зі збірки "*M Is for Magic*". Цю збірку сам письменник призначив для молодшої вікової аудиторії. Ґейман належить до так званої групи "new weird", тобто в даному разі, попри суміш різних жанрів у цій збірці, на що вказує сам автор у передмові, маємо ще й зразок "химерної прози". До того ж, Ґейман – популярний сучасний письменник, хоча й не перекладений українською. Отже, маємо такі вихідні дані: автор, що пише як для старших, так і для молодших читачів, у даному разі – для молодших; письменник, невідомий або ж відомий українському читачеві переважно в російських перекладах; оповідання, що займають межову категорію, адже з'являються в збірках, призначених як для дорослих, так і для дітей; маємо також потенційне перше знайомство українського читача з цим письменником. Якщо перекладацький проект буде успішним, воно може продовжитися. Відповідно, в ситуацію перекладеного твору входить і фактор ринку.

1. *The oldest boy died in the Great War. The youngest, after their parents died, inherited the house, although it was taken from him when he was found in the cellar one night with cloths and paraffin and matches, trying to burn the great house to the ground. They took him to the madhouse, and perhaps he is there still. The other children, who had once been girls and now were women, declined, each and every one, to return to the house in which they had grown up, and the doors were all locked with huge iron keys, and the sisters visited it as often as they visited their eldest brother's grave, or the sad thing that had once been their younger brother, which is to say, never [Gaiman 2007, 46]. // Старший син загинув у Першій світовій війні. Молодший по смерті батьків успадкував будинок, але не зберіг за собою, бо якось уночі його знайшли в підвалі з ганчір'ям, керосином та сірниками, коли той намагався спали-*

ти отчий дім дотла. Хлопця забрали до божевільні, й можливо він там і досі. Жодна з дочок, тодішніх дівчаток, а тепер уже дорослих жінок, не захотіла повернутися до рідного дому, й усі двері замкнули величезними залізними ключами, а сестри навідувалися туди так само часто, як і на могилу до старшого брата – чи до того нещасного створіння, що колись було їхнім меншим братом – себто ніколи (переклад наш. – *М. Г.*).

Перший уривок узято з оповідання, написаного у стилі літератури містики й жахів. Друге виразно нагадує формою і стилем казку-притчу. Ці твори просякнуті похмурим настроєм спустошення й поразки:

2. *I was getting older. One day I found a grey hair; on another, I heard a recording of myself talking, and I realized I sounded just like my father. (...) I had to keep a small flat in London; it's hard to commute when* ***the bands you're checking out don't even stagger onto the stage*** *until midnight. It also meant* ***that it was fairly easy to get laid****, if I wanted to, which I did. (...) The troll nodded.* ***He pushed me to the ground, onto the leaves and the wrappers, and lowered himself on top of me****. Then he raised his head, and opened his mouth, and ate my life with his strong sharp teeth. (...) I looked at him: wearing my life comfortably, easily, as if he'd been wearing it for years. I took the clinker from his hand, and sniffed it. I could smell the train from which it had fallen, so long ago. I gripped it tightly in my hairy hand [Gaiman 2007, 38–42]. // Я поволі старів. Одного дня я помітив першу сивину у волоссі, а згодом почув запис власного голосу й збагнув, що він достоту такий, як у батька. (...) Мені довелося знайти собі квартиру в Лондоні, бо щодня їздити з дому на роботу виснажливо, особливо* ***коли твої улюблені гурти*** *до півночі навіть* ***носа на сцену не показують****. До того ж, так* ***простіше було переспати з кимось****, якби я хотів, і я, звісно, цим не гребував. (...) Троль кивнув.* ***Він штовхнув мене на землю, прямо на листя й розкидане сміття, і зліз на мене****. Тоді підвів голову й роззявив рота – і з'їв моє життя своїми міцними гострими зубами. (...) Я подивився на троля: він носив моє життя невимушено, легко – так, наче робив це вже не перший рік. Я взяв у нього з долоні обпаленого вуглика, понюхав його – і відчув запах*

потяга, з якого він упав так давно. Я міцно стиснув його у волохатій руці (переклад наш. – *М. Г.*).

Вищенаведені переклади були здійснені нами без суттєвих відхилень від оригіналу. Назвімо це "*ідеальним*" варіантом на противагу "*реальному*", який має на меті задовольнити вимоги конкретної ситуації перекладу. Тому постановка проблеми знову змінюється, і ми повертаємося до початкового питання: *для кого?*

Тільки визначившись із вибором цільової аудиторії, можна говорити про формування відповідних стратегій перекладу, за що зрештою й несе відповідальність перекладач.

Звернімося до наведених нами уривків. У тексті 1 бачимо, що Н. Ґейман послуговується довгими реченнями та вставних конструкціями. Думка розгортається в межах одного складного речення й переходить до другого такого ж. Тому може знадобитися їх членування на простіші за синтаксичною структурою. Отже, на рівні граматики й синтаксису його стиль не відповідає типовим упередженням про спрощену мову підліткових романів. Але, переконує Рейчел Кон, не тому що читачі-підлітки не можуть упоратися зі складністю стилю, а тому, що простота й негайність такого стилю допомагає письменникам розвинути голоси своїх героїв [Feeney].

У тексті 2 маємо таке висловлювання: "*when the bands you're checking out don't even stagger onto the stage"*. Замість вищенаведеного перекладу його можна передати з використанням жаргонізмів, наприклад, так: "*гурти, які ти хочеш зацінити, на сцену не потикаються*". Присутність у тексті висловлювання "*it was fairly easy to get laid*", а також виділеного речення може викликати заперечення з боку співчитачів-дорослих через їхню неприйнятність або ж небажані конотації. У даному випадку можна було б вдатися як до вилучення, так і до заміни їх нейтральними за змістовим наповненням фразами. Адже, за словами А. Урбан, те, що в одній культурі дозволено читати дітям, не обов'язково справджується для іншої культури [Urban 2013, 20]. Проте остаточний вибір на користь одного із запропонованих варіантів перекладу визначатиметься сукупністю факторів, що формуватимуть реальну ситуацію перекладу аналізованих нами оповідань.

Отже, можна зробити висновок про те, що цільова аудиторія кросовер-літератури є ключовим фактором у ситуації перекладу. Вона вирізняється насамперед амбівалентністю, але, як показує приклад із трилогією Ф. Пуллмана, ця риса далеко не завжди зберігається в перекладі.

На переконання Шеррі Саймон, саме шляхом знищення абсолютної поляризації ми можемо розвивати наше розуміння соціальних і літературних відносин; увагу треба перенести на ті сфери ідентичності, де діє невизначеність [Simon 1996, 12].

Тому слід ще раз наголосити на тому, що ми розглядаємо як дорослого, так і дитину/підлітка як рівноправних читачів крововер-творів. Аудиторія кросовер-твору – це неоднорідна спільнота з різним рівнем читацького досвіду, тому переклад-у-ситуації вимагає побудови соціокультурного досьє запланованого читача. У перекладацькому проекті відбавається пошук і реконструкція цільової аудиторії: формується її нова ідентичність зі своїми потребами та особливостями. Отже, вікова (пере-)орієнтація художнього твору в перекладі – це соціально й культурно маркований процес.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Дзюбишина-Мельник Н. Я.* Мова дитячої літератури / "Українська мова" Енциклопедія. / Н. Я. Дзюбишина-Мельник [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://litopys.org.ua/ukrmova/um48.htm.

2. *Пуллман, Філіп*. Північне сяйво / Філіп Пуллман. – Харків : Книжковий Клуб "Клуб Сімейного Дозвілля", 2008. – 400 с.

3. *Bassnett, Susan.* Translation Studies / Susan Bassnett. – New York : Routledge, 2005. – 187 p.

4. *Beckett, Sandra L.* Introduction // Transcending Boundaries : Writing for a Dual Audience of Children and Adults / ed. by Sandra L. Beckett. – New York : Garland Publishing, 1999. – 304 p. – P. xi-xx.

5. *Cheetham, Dominic*. Audience in Children's Literature / Dominic Cheetham [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.academia.edu/3600123 /Audience_in _Childrens_Literature.

6. *Ewers, Hans-Heino*. Fundamental Concepts of Children's Literature Research : Literary and Sociological Approaches / Hans-Heino Ewers. – New York : Routledge, 2009. – 176 p.

7. Feeney, Nolan. The 8 Habits of Highly Successful Young-Adult Fiction Authors / Nolan Feeney [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2013/10/the-8-habits-of-highly-successful-young-adult-fiction-authtors/280722/.

8. *Gaiman, Neil*. M Is for Magic / Neil Gaiman. – New York : HarperCollins Publishers, 2007. – 240 p.

9. *James, Kathryn.* Death, Gender and Sexuality in Contempirary Adolescent Literature / Kathryn James. – New York and London : Routledge, 2009. – 208 (xii) p.

10. Pullman, Philip. His Dark Materials : The Golden Compass, The Subtle Knife, The Amber Spyglass / Introd. by Lucy Hughes-Hallett, pref. by Philip Pullman / Philip Pullman. – New York, Toronto : Alfred A. Knopf, 2011. – 1102 (xxxvi) p.

11. Scott, Carole. Dual Audience in Picturebooks // Transcending Boundaries : Writing for a Dual Audience of Children and Adults / ed. by Sandra L. Beckett. – New York : Garland Publishing, 1999. – P. 99–110.

12. Shavit, Zohar. The Double Attribution of Texts for Children and How It Affects Writing for Children // Transcending Boundaries : Writing for a Dual Audience of Children and Adults / ed. by Sandra L. Beckett. – New York : Garland Publishing, 1999. – P. 83–98.

13. Simon, Sherry. Gender in Translation: Cultural Identity and the Politics of Transmission / Sherry Simon. – London and New York: Routledge, 1996. – 196 (x) p.

14. Tymoczko, Maria. Post-colonial writing and literary translation // Post-colonial Translation : Theory and Practice / Ed. by Susan Bassnett and Harish Trivedi. – London and New York : Routledge, 1999. – P. 19–40.

15. Urban, Anna. Clean Reads for Teens? Purification Strategy in Andreas Steinhofels *Rico, Oskar und die Tieferschatten* in the Chicken House's Edition / Anna Urban // Language in Cognition and Affect / Ed. by Ewa Piechurska-Kuciel, Elzbieta Szymanska-Czaplak [Електронний ресурс]. – Berlin, Heidelberg : Springer, 2013. – P. 17-31. – Режим доступу : http://www.springer.com/978-3-642-35304-8.

Стаття надійшла до редакції 27.04.15

М. Гриценко, асп.
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

Кроссовер-литература и ее целевая аудитория в переводе

Статья посвящена исследованию влияния целевой аудитории на выбор переводческих стратегий в ситуации перевода кроссовер-литературы. Рассматривается двойная природа читателя и возможность возникновения конфликта интересов среди участников переводческого проекта. В качестве примера рассмотрены тексты англоязычного автора Нила Геймана.

Ключевые слова: *кроссовер-литература, целевая аудитория, кроссовер-потенциал, ситуация перевода, переводческий проект.*

M. Grytsenko, PhD Student
Institute of Philology , Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv

Crossover fiction and its target audience in translation

The article focuses on the influence of the target audience on the choice of translator's strategies in the situation of translation of crossover fiction. The research covers dual nature of the target reader and a possibility of the conflict of interest among the participants of the translation project. As an example the English-language text by Nil Gaiman are analyzed.

Keywords: *crossover fiction, target audience, crossover potential, situation of translation, translation project.*

УДК 811.111'06'373

Т. В. Гулей, канд. філол. наук, асист.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

НЕОУРБАНІЗАЦІЯ У СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

У статті розглядається віддзеркалення урбанізаційних процесів у XXI ст. на формуванні номінативних одиниць англійської мови. Також представлені принципи творення та фактори актуалізації досліджуваних лексичних новотворів. Виявлено вплив сучасних англійських назв міських реалій та явищ на зростання рейтингових показників міст англомовних країн.

Ключові слова: *вільна словосполука, вторинна автономна номінація, ідіоетнічний концепт, категорійні межі, концептуальна картина урбанізованого світу, прототип, словотворення, суперординативний рівень, суфіксоїд, урбанізація, урбанонім, урбанонімікон.*

Динамізм міського стилю життя, неспинне зростання потреб міського населення зумовлює необхідність у створенні відповідних реалій, що сприяють покращенню умов проживання в урбанізованому середовищі XXI ст. Назви міських об'єктів у своїй сукупності складають розгалужену систему, за допомогою якої формується вербалізований знаковий код просторової організації міст.

Урбанізаційні хвилі XXI ст. охоплюють все більшу кількість територій англомовних країн, залишаючи по собі низку технологічних інновацій, а відтак і англійських лексичних новотворів для їх позначення. Наприклад, запровадження різноманітних

видів пішохідних переходів у містах гарно ілюструє динамізм удосконалення міст. Так, у Великій Британії до 2007 року крім загальновідомого *zebra crossing*, особливою популярністю користувався жовто-чорний перехід *tiger crossing* для велосипедистів та пішоходів. Згодом, його перейменували на *toucan crossing (two can – both pedestrians and cyclists, cross together)*. Особливим видом *toucan crossing* є *pegasus crossing*, призначений переважно для їзди на конях [19]. Назва *pelican crossing* походить від *pelicon*, що є акронімом ***pe****destrian* ***li****ght* ***con****trolled*. Назва *puffin crossing* – абревіатура від ***pe****destrian* ***u****ser-****f****riendly* ***i****ntelligent* crossing [19]. Усе більшої популярності набувають креативні презентації пішохідних переходів у вигляді справжніх арт-об'єктів, як наприклад *Baltimore zebra crossing*, схеми дитячої гри "класики" чи змійки для одягу, яка ніби поєднує райони міста.

Технологічне впровадження *conveyor-belt transportation (escalator),* що стало довгоочікуваним втіленням мрій з оптимізації пересування містами у XX ст., наприкінці XX – початку XXI ст. також зазнало суттєвих удосконалень, що сприяло виникненню численних англійських новотворів – *moving walkway*, *movealator, travelator*, *horizontalator, walkalator, autowalk*, *movator.*

Оскільки такий винахід набув надзвичайної популярності через економію часу й фізичних ресурсів міських мешканців, то процес розширення категорійних меж номінативних одиниць для його позначення відбувся цілком закономірно. Так, на гірськолижних курортах з'явилися *rope tows, magic carpets, carpet lifts, J-bar, T-bar lifts, platter lifts, aerial lifts, surface lifts, Poma lift* [16, 17]. У сучасній англійській мові *aerial lift* стало прототипом для *aerial tramway, aerial tram, cable car, gondola lift, ropeway conveyor, material ropeway, funitel (*франц. *funiculaire + telepherique)*, *fixed grip chairlift, detachable chairlift* [11].

Переважну більшість англійських номінативних одиниць на позначення міських реалій, які утворюються в умовах сучасного технологічного прогресу та інформаційного буму, сформовано за правилами вторинної автономної номінації. Вторинні значення слів мають самостійну номінативну функцію і називають той або інший фрагмент об'єктивної дійсності, його ознаку або дію

автономно, на базі одного імені [3, с. 38]. Наприклад, *traffic lights, traffic lamp, parking camera, zebra crossing, tiger crossing, victualing house*. Також вільні словосполуки (*specialized vending, parking place, stop lights),* оказіональні компресиви (*stop-and-go lights, stop-and-eat house)*, лексичні зрощення (carpark, *dishoom,* driveway, *gastrolounge, tastetrestaurant, roadhouse, teahouse, turnstile*) на позначення новітніх технологій у містах сприяють упорядкуванню знань у комплексні структури концептуальної картини урбанізованого світу.

Урбанізація XXI ст. знайшла своє виявлення також і в англійських назвах оновлених міських територій та споруд. Так, оригінальність номінації на позначення кварталу, а згодом і концепції квартир, *streets in the sky,* – словосполука, яку використовують лише в контексті британської архітектури, – *'social housing characterised by broad aerial walkways in long concrete blocks'* [8, 12]. Такі назви досить поширені та посідають одне з культуротворчих місць в англійському урбаноніміконі, наприклад *Trellick Tower, Balfron Tower, Robin Hood Gardens, Keeling House* в Лондоні, *Hunslet Grange* в Лідсі. Через багаторівневість неповторної архітектурної композиції квартал називають *Street Phases I and II*, адже складається враження, що коридори будівель утворюють своєрідну мережу вулиць.

Появу яскравого асоціативного ряду зумовлює також урбанонім *Hollywood*, який, унаслідок появи великої кількості похідних когнітивних елементів, сформував власний суперординативний рівень [7, с. 493-494]. Номінативну одиницю *Hollywood,* яка походить від американського слова на позначення багатих запасів Тойона чи "каліфорнійського падуба", часто використовують як метонімію для позначення Американської кіноіндустрії, завдяки її славі та культурній ідентичності як історичного центру кіностудій і кінозірок [9, с. 843; 13]. Проте сучасну територію *Hollywood* названо таким чином після того, як дружина Гобарта Уітлі відвідала однойменну ферму Г. Г. Уілкокса в поселенні Святий Каньйон (сучасна назва – *Lake Hollywood*) в 1887 році, краса якої залишила незабутнє враження в серці жінки [13].

Оскільки Голівуд – це найбільший центр світового кінематографу, то за принципом часткової лексико-семантичної аналогії винайдено багато лексичних новотворів. До того ж форманта *'-wood'* набуває ознак суфіксоїда, що реалізується в наведених нижче номінативних утвореннях сучасного англійського урбанонімікону:

1) безпозпосередньої семантики – називають кіностудії: *Hollywood North* (film and television production in Canada), *Mollywood* (the Mormon film industry in the United States), *Pinewood* (Buckinghamshire, England), *Valleywood* (the Dragon International film studio complex in Wales), *British Hollywood* або *Bogemwood* (a town in England), *Pallywood* (alleged anti-Israeli media manipulation), *Wellywood* (Wellington, New Zealand) [13];

2) комплементарної семантики – *Dollywood* (an amusement park owned by Dolly Parton; an alternative spelling for Dhaliwood), *"FC Hollywood"* (a nickname for FC Bayern Munich), *"Mollywood"* (jokingly the Hollywood Sign-inspired town in New Zealand), *Winywood* (fantastic districts of a fictitious town Los-Santos in the game "GTA: San Andreas") [13].

В однойменному бестселері Жаклін Сюзан *Hollywood* називають "долиною ляльок" або "ляльковим світом" (*"Valley of the Dolls"*), адже на території зосередилась велика кількість визначних пам'яток, які, крім оригінального екстер'єру, відомі світові також цікавими назвами, наприклад *Dolby Theatre (Kodak Theater), Palace Theatre, Capitol Records, the Hollywood Walk of Fame, La Brea Gateway, Glen-Holly Hotel, Roosevelt Hotel* тощо. Багатокомпонентна номінативна одиниця *the Hollywood Walk of Fame* побачила світ у середині XX ст. і відразу стала символом зіркового життя, адже, як зазначав автор номінації Е. М. Стюарт, реалію створено заради високої мети – *"to maintain the glory of a community whose name means glamour and excitement in the four corners of the world."*

З тих часів англійська словосполука *'walks of fame'* набула великої значущості, та за принципом авторитетності почала входити до складу багатьох неологізмів не лише сфери кіноіндустрії, а й шоубізнесу, наприклад в США – *Aerospace Walk of Honor, America's Walk of Honor, Anaheim Walk of Stars, Canada's*

Walk of Fame, Gennett Walk of Fame; в Канаді – *Sault Ste Marie Walk of Fame*; у Великій Британії – *Birmingham Walk of Stars, Dog Walk of Fame*; в Австралії – *Australian of the Year Walk, Jubilee 150 Walkway*, у Новій Зеландії – *2012 Surfing Walk of Fame, Racing Walk of Fame* [15, 18].

Концептуальний кластер *hollywood* нещодавно поповнився структурними елементами на позначення нових "форм слави". Тож окрім відомих нам *walks of fame*, існують також *halls of fame* та *walls of fame*, які за формою проведення заходів, можуть бути національними, державними, місцевими та приватними, а також, за тематикою організації подій. – музичними (*Dance Music Hall of Fame, Blues Hall of Fame, Songwriters Hall of Fame, Vocal Group Hall of Fame, Hit Parade Hall of Fame*), спортивними (*National Soccer Hall of Fame, FIBA Hall of Fame, New Zealand Trotting Hall of Fame, Wisconsin Hockey Hall of Fame*), авіаційними (*Astronaut Hall of Fame, National Aviation Hall of Fame, International Space Hall of Fame*), шоу-бізнесовими й театральними (*American Theatre Hall of Fame, Black Filmmakers Hall of Fame, Mascot Hall of Fame*), інженерно-технологічними *(Robot Hall of Fame)* [18].

Не лише започаткування, а й реконструкція урбанізованих територій часто спричинює переосмислення їх назв. Наприклад, унаслідок плану реставрації провідних районів Нью-Йорку у 2003 році, *Koreatown* в Манхетені отримало своєрідний нікнейм зі збереженням семантичного наповнення – *K-Town* [14]. У лексиконі сучасного жителя Лос-Анджелесу одиницю *Koreatown* представлено сполученням прикметника та утвореного лексичним зрощенням іменника, *corporate boomtown* [8]. Оскільки внаслідок реконструкції територія стала відповідати переважно потребам середнього класу, що створило велику різницю між представниками вищого класу корейських резидентів та менше привілейованими латино-американськими й корейськими об'єднаннями, то сучасні медіа називають Koreatown *"24-hour entertainment enclave"* ("цілодобовий анклав розваг") через масову появу нових висококласових закладів продовольчої, оздоровчої та дозвільної спеціалізацій.

Популярність орієнтальних течій на урбанізованих територіях Північної Америки спричинила також утворення ідіоетнічного концепту *China*. В американському *Chinatown* розташовані не лише звичні для туристів заклади типу *mixed-use residences* та *trinket shops*, а й місця, назви та зовнішній вигляд яких дає змогу відвідувачам відчути справжню китайську атмосферу [10]. Так, центр району має сучасну назву *New Chinatown*, яка прийшла на заміну офіційній *Chinatown Central Plaza* [5] саме задля створення ефекту так званої "штучної внутрішньої дзеркальності", який досягають використанням уже раніше наявного топоніма *china* через вторинну номінацію з додаванням комплементарних лексичних формантів: спочатку – типу *town*, що створює враження адміністративної одиниці, а потім – *new*, що зумовлює асоціацію новітньості, а відтак і підпорядкування меншої за масштабом території *New Chinatown* більшій *Chinatown*.

Численні лексичні новотвори, що віддзеркалюють сучасні зміни в містах, свідчать про масштабність урбаністичних перетворень у XXI столітті, про впровадження нових технологій, спрямованих на підвищення комфорту, безпеки мешканців, що в цілому сприяє покращенню іміджу міста, зростанню його популярності й рейтингових показників.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. *Белова А. Д.* Номинативные процессы в современном английском языке как отражение эволюционного и инновационного развития объектов / Алла Дмитриевна Белова // Лінгвістика XXI століття: нові дослідження і перспективи. – К., 2011. – С. 91–100.

2. *Болдырев Н. Н.* Категоризация событий и специфика национального сознания / Н. Н. Болдырев // Язык и национальное сознание. – Воронеж, 1998. – С. 29–30.

3. *Телия В. Н.* Коннотативный аспект семантики номинативных единиц / Вероника Николаевна Телия. – М. : Наука, 1986. – 143 с.

4. *Тер-Минасова С. Г.* Язык и межкультурная коммуникация / Светлана Григорьевна Тер-Минасова. – М. : Слово, 2000. – 624 с.

5. Longman Dictionary of English Language and Culture. – 3rd ed. – Harlow: Pearson Education Limited, 2002. – 1592 p.

6. *Rosch E.* Cognitive Representations of Semantic Categories / E. Rosch // Journal of Experimental Psychology : General, 1975. – Vol. 104(3). – P. 192–233.

7. Structural Bases of Typicality Effects / E. Rosch, C. Simpson, R. S. Miller // Journal of Experimental Psychology : Human Perception and Performance. – American Psychological Association, 1976. – Vol. 2. – P. 491–502.

8. The Oxford Dictionary of English Etymology / [ed. by C. T. Onions, Robert W. Burchfield, G. W. S. Friedrichsen]. – NY : Oxford University Press. – 1966. – 1042 p.

9. Webster's New World Dictionary of the American language / [ed. by David B. Guralnik]. – 2nd college ed. – NY : Prentice Hall Press. – 1986. – 1692 p.

10. Need-to-Know People, Places and Dishes in LA [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://blog.zagat.com/2013/07/las-summer-hot-list-10-people-places.html 337

11. Aerial lift [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://en.wikipedia.org /wiki/Aerial_lift

12. BBC Radio about The I Love You Bridge [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.bbc.co.uk/radio/player/b01302s4

13. Hollywood [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://en.wikipedia. org /wiki/Hollywood

14. Koreatown [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://en.wikipedia. org /wiki/Koreatown#Canada

15. Racing NSW [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www. racingnsw.com.au/default.aspx?s=home

16. Ski lift [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://en.wikipedia.org /wiki/Magic_carpet_(ski_lift)

17. Surface lifts [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://en.wikipedia. org /wiki/Surface_lifts

18. Walks of fame [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://en.wikipedia. org/wiki/List_of_halls_and_walks_of_fame#Walks_of_fame

19. Zebra crossing [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://en. wikipedia. org/wiki/Zebra_crossing

Стаття надійшла до редакції 27.04.15

Т. В. Гулей, канд. филол. наук, ассист.
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

Неоурбанизация в современном английском языке

В статье рассматривается влияние урбанизационных процессов в XXI ст. на формирование номинативных единиц в английском языке. Также представлены принципы словообразования и факторы актуализации исследованных лексических новообразований. Определено влияние современных английских наименований городских реалий и явлений на рост рейтингов городов англоязычных стран.

Ключевые слова: *свободное словосочетание, вторичная автономная номинация, идиоэтнический концепт, категориальные границы, концептуальная картина урбанизированного мира, прототип, словообразование, суперординативный уровень, суффиксоид, урбанизация, урбаноним, урбанонимикон.*

T. Gulei, Cand. Phil. Sci., Assistant Prof.
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

Neo-urbanization in modern English

The article deals with the problem of urban names' formation in English in the issue of urbanization and technological breakthrough in cities in the 21st century. The attention is also focused on the principles of nomination of compounds and their embodiment in English. The influence of the modern English names of city innovations on the city ranking is analyzed.

Keywords: *categoric boundary, idioethnic concept, prototype, secondary nomination, suffixoid, supeordinative level, the conceptual picture of the urbanized world, urban name, urbanization, word-formation.*

УДК 807.415.1.

Н. В. Давиденко, асп.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

СОЦІАЛЬНО-ПРАВОВА ТЕРМІНОЛОГІЯ ЛАТИНСЬКОГО ПОХОДЖЕННЯ У ТВОРАХ УКРАЇНСЬКИХ АВТОРІВ

Стаття присвячена дослідженню рідковживаних соціально-правових термінів латинського походження у творах українських авторів. Матеріалом для історичного та лінгвістичного аналізу соціально-правової термінології стали прозові твори І. Франка. Результати здійсненої роботи можуть стати у нагоді для вирішення цілої низки питань з унормування, кодифікації та подальшого дослідження юридичної, зокрема соціально-правової термінології латинського походження.

Ключові слова: *мовна свідомість, адміністративні терміни, акцептація, словотвір.*

Дослідження, необхідні для вирішення мовно-теоретичних проблем у галузі термінології є досить актуальними, адже у вирі історичних змін та пошуку нових правових форм питання точності, розробленості юридичної термінології постає з новою гостротою. Одним із пріоритетних напрямків дослідження юридичної, зокрема соціально-правової термінології, є аналіз у діахро-

нії. Результати таких історико-лінгвістичних досліджень були б корисними фахівцям багатьох наук, насамперед історикам, філологам, дослідникам історії права тощо. Стануть у нагоді такі відомості й у справі унормування сучасної юридичної термінології. Термінознавці підкреслюють, що загалом історія формування термінології права в українській мові, окрім власне історико-лексикологічного аспекту, "дає можливість спостереження процесів термінотворення у їх динаміці, відбору словотворчих засобів для мотивованої номінації спеціальних понять, спеціалізації морфем і моделей на вираженні певних стандартних значень, використання різних засобів термінотворення та ін" [1]. Історичні події "віддзеркалюються" у мові, але відображення певних реалій у власне термінологічних одиницях частіше відбувається поступово. Дослідити процес становлення соціально-правових термінів можна не лише на матеріалі юридичних документів та довідкових видань, багатим та цікавим джерелом є також публіцистичні та, як не дивно, художні твори, адже саме вони найчастіше демонструють "живе" мовлення описуваного періоду. Звичайно, достовірність відтворюваної мови та доречність використання будь-якої лексеми визначається багатьма чинниками: рівень освіченості автора, соціальна приналежність, обізнаність з історичними реаліями, вроджена спостережливість тощо. Але коли йдеться про титанів науково-літературної ниви, матеріалу для різнобічного аналізу зазвичай вдосталь.

За все своє життя видатний український письменник І.Я. Франко створив велику кількість літературних, наукових, публіцистичних та історичних творів, плідною була і його перекладацька діяльність – перекладав з 10 мов більш як 60 авторів. Хоча за висловом дослідниці творчості автора, онуки письменника, З.Т.Франко, "мовна свідомість Франка з дитинства формувалася на базі рідної йому говірки бойківського Підгір'я та під безпосереднім впливом тогочасного літературного оточення" [13:3], а "українську мову вивчав за творами галицьких письменників" [13:17], діалектна мова, характерна для ранніх творів І.Я. Франка, "очищується" з часом, а натомість все більше розширюється за рахунок запозичення слів з польської, німецької, латинської мов

тощо. Широке вживання автором іншомовної лексики вдало проілюстровано у словнику М.А. Тростогона [12]. Особливе зацікавлення викликають твори І.Я. Франка кінця 80-х – початку 90-х років XIX ст. Актуалізація соціальної тематики позначається на лексичному оформленні творів цього періоду: з метою індивідуалізації мови персонажів збільшується кількість вживаної професійно-виробничої, абстрактної й наукової лексики іншомовного походження. Зокрема це стосується й сфери правосуддя, суддівства, адміністративних термінів. Аналізуючи мовну ситуацію в Україні XVII ст. В. М. Нічик у своїй монографії, присвяченій Петру Могилі, говорить, зокрема, про те, що " ...шляхтичі вживали переважно польщизну. Ставши католиками й беручи участь у державно-політичному житті Речі-Посполитої, вони потребували й знання латини. Судові документи, постанови сеймиків, розмови освічених людей рясніли словами, виразами, цитатами цією мовою. Без латини не можна було ні здобути ґрунтовну освіту, ні прилучитися до надбань світової науки або політичної діяльності" [5:92]. Із плином часу принципових змін у мовній сфері не відбулося. Юридичні акти Західної Русі писалися трьома мовами: руською, латинською і польською. Але руська, а особливо польська юридична термінологія в XVII–XIX ст. ст. перебувала під значним впливом термінології латинської, і часто юридичні терміни побутували у різних мовних варіантах, що спричиняло розвиток синонімії. Поширеним явищем був запис транслітерованих відповідно до норм староукраїнської мови латинських та польських термінів. Але деякі з лексем, вживаних за життя І. Я. Франка, з часом стають історизмами, або набувають нового термінологічного значення, більш актуального для новітніх часів. Не всі з таких слів відображені у словниках юридичної термінології, історичних енциклопедіях чи тлумачних словниках української мови. Відсутність їх тлумачення перешкоджає розумінню та аналізу творів зазначеного періоду. Об'єктом нашого аналізу стала повість І.Я. Франка "Перехресні стежки". Предметом дослідження у статті обрано рідковживані соціально-правові терміни, тобто такі, тлумачення яких відсутнє у спеціалізованих довідкових

виданнях. Для аналізу відібрано юридичні терміни тільки латинського походження. Звернено увагу також на загальновживані слова, що в авторському тексті мають особливий юридичний відтінок у значенні.

Значну групу з дослідженого матеріалу становлять лексеми на позначення різноманітних адміністративних посад. Так, **маніпулянт** [13:42], або **маніпула** (розм.) [13:44] (від лат. manipularis – рядовий) у суді виконував канцелярську та частково, можливо, нотаріальну роботу, що підтверджує і тлумачення терміна manipulatio, подане у словнику Н. Горбачевського: 1) порядок виконання роботи, діловодство, 2) управління, ведення справи [5]. Вищий щабель посідав **офіціал** [13:43] (від лат. officialis – дрібний чиновник). У вказаному словнику давньої актової мови зазначено, що, окрім цивільної посади існувала аналогічна й у релігійній сфері, але за ієрархією була вочевидь вищою: officialis – 1) служитель, управитель, 2) заступник єпископа ("особа, яка заступала місце єпископа") [6]. Отже можемо зауважити, що у даному випадку І.Я. Франко вживає термін у значенні, що побутує у тогочасній юридичній сфері. Інакше, наприклад, зі словом **акцептант**. За словником Н. Горбачевського, польський термін akceptant позначає особливого чиновника у суді, обов'язком якого були прийом та затвердження підписом документів, підлеглого регента. Регент (був гродський і коронний регент) – посада аналогічна до завідувача канцелярії [6]. Але Франко надає слову іншого значення: "кожний вексель виставлений на іншого акцептанта" [13:70]. Тлумачення лексеми у цьому випадку очевидне у порівнянні зі значенням слова у латинській мові античного періоду: acceptor – отримувач, збирач (грошей) [4]. Підтверджується це твердження й у словнику, укладеному Яковом Гурляндом: "акцептант – це особа, яка приймає перевідний вексель для здійснення платежу" [15]. Можна простежити за історичною зміною семантичного наповнення цього терміну і відповідно до зміни значення однокореневої лексеми **акцептація**: за римським правом – це прийняття чи отримання якоїсь речі; вживання заходів щодо виконання певних обов'язків. Наприклад, дарування було дійсним тільки за умови

акцептації з боку того, кому воно призначалося. Тобто для набуття чинності будь-якого договору необхідною умовою була акцептація, або обіцянка, що прийняті зобов'язання будуть виконані з боку того, хто ці зобов'язання на себе взяв. Без зміни значення цей термін запозичується германським правом. У французькому праві акцептація (фр. acceptation) – це отримання спадку; а от у руському праві, як вже було зазначено, – це прийняття перевідного векселю для здійснення платежу [15]. Сучасне українське законодавство фіксує наступне значення терміну акцептація (акцептування) – це проставлення на векселі акцепту, тобто засвідченої підписом згоди оплатити переказний вексель [7].

Конципієнтом (від лат. concipĕre – збирати, впорядковувати, формувати) називався помічник захисника у суді (адвоката, меценаса, прокуратора, пролокутора). Висновок щодо цього можна зробити з тих вказівок, "диспозицій" (від лат. dispositio – розпорядження)), які дає адвокат Рафалович, головний герой повісті "Перехресні стежки", своєму конципієнтові: надіслати пошту, переглянути акти, "побрати деякі інформації, виписи з книг ґрунтових і з регістратури" [13:73, 13:138].

До керівних посад належить згадуваний у повісті **президент** (від лат. praesidens, entis – голова, керівник). Сам термін тлумачився значно ширше вже за часів І.Я. Франка. У книзі Олександра Зайди, присвяченій аналізу слів на позначення назв старопольських посадовців, подаються такі визначення: президент – 1) голова зборів, суду, з'їзду, засідання; 2) губернатор (керівник країни, провінції, намісник) [16:59]. Щодо останнього визначення варто зауважити існування посади, майже аналогічної до губернатора (або в окремих випадках президента) – адміністрат (адміністратор). Принциповою відмінністю адміністрата від інших керівників того ж рангу було те, що він міг бути наділений владою і світською, і духовною, тоді як губернатор і президент – це світські посади [15]. Президент у "Перехресних стежках", очевидно, є головою суддівської колегії. На підтвердження цього можна навести слова одного з персонажів повісті, Стальського, який говорить про те, що кінцевий вирок при оскарженні судового рішення, так зване "резюме", виносив саме президент [13:15].

Щаблем нижче від губернатора знаходилися **прокуратор** і **надпрокуратор** (від лат. procurator – 1) завідувач, розпорядник; 2) завідувач доходів імператора у провінції). Існує чимало варіантів перекладу слова на позначення цієї посади польською мовою: rządźca, rzańca, rząca, rządca, rządzca, rząńca, синонімічними вважаються також zarządca, przełożony, prokurator [16]. Прокуратор мав вужче, порівняно з губернатором, коло повноважень, і опікувався меншою за обсягом територією (прокураторією). Окремий термін існує на позначення прокуратора міського – синдик (від гр. σύνδικος – адвокат, захисник у суді [3]; пор. лат. syndicus – повірений міста , суспільства (значення подане за "Дігестами" 533 р. н. е.) [4].

Як історичний термін можна розглядати слово латинського походження **гонораціор** (honoratior – вищий ступінь порівняння від лат. honoratus – поважний, шановний, той, що займає високу посаду). Синонімами до вказаної лексеми є назви, вживані латинською мовою: dignitarius (від лат. dignus – гідний, той, хто заслуговує на похвалу і захоплення) і honoratus, польські терміни urzędnik, dostojnik, dygnitarz, żurca [16]. Вживалися всі ці означення стосовно особи, як правило, знатного походження, обов'язково впливової, заможної, з високим владним становищем у суспільстві, на відміну від, наприклад, nobilis (від лат. nobilis – відомий, славетний, благородний) – шляхетного дворянина, який не мав земельної власності [12].

У повісті зустрічаються і слова, які можна кваліфікувати як псевдотерміни. Наприклад, поняття **локатор** можна тлумачити як "особу, яка отримала привілей для закладання міста чи села на німецькому праві" [2]. Але у тексті є таке висловлювання: "він мій господар, а я його локатор" [13:62]. Решта контексту підтверджує, що пояснення слова пов'язане із первісним латинським locator – кредитор, той хто позичає, надає у тимчасове володіння, але у творі слово вжито у значенні, прямо протилежному до латинського – локатор – це боржник, дебітор.

У "Перехресних стежках" зустрічається чимало похідних термінів, утворених префіксальним способом. Словотворчими ви-

ступають префікси як латинські так і українські, наприклад віцепрезидент [13:23], надпрокурор [13:15] тощо.

Паралельно з українськими вживаються латинські юридичні терміни на позначення суб'єктів власності. Так, у реченні "Не знайдете тут дідича, не знайдете посесора, не знайдете урядника, що не сидів би більше або менше у моїй кишені" [13:66] використано слов'янського походження слово дідич поруч з латинським **посесор**. Дідичем називали "поміщика, великого землевласника" [9], а посесором (від лат. possessor – власник; володар; відповідач) – орендаря [7]. Отже, обидві лексеми належать до одного семантичного ряду "суб'єкт власності", але дідич – постійний власник майна, як правило, землі, переданого у спадок (пор. дідизний – "охоплений правом спадковості" [10]), а посесор – тимчасовий, строковий користувач.

У повісті знаходимо чимало прикладів використання назв документів латинського походження. Зокрема вже згадані акти [14:138]. За словником І. П. Новицького, **акт** – це книга, що знаходилась у різноманітних представницьких місцях для того, щоб записувати до неї документи, які тільки після внесення вважалися дійсними (згодом це право надали гродським книгам) [11]. І тут же у нього цей термін вживається у дещо відмінному значенні, ближчому до сучасного: акт екзекуторіальний, інтромісіальний – це документи, які видавалися судом [11].

Елаборатом [13:210] (від лат. elaborare – виробляти, здобувати, вдосконалювати) названо проект нового статуту, і хоча сумнівною видається можливість приєднання цього слова до офіційних юридичних термінів, цей латинізм, очевидно, побутував серед освічених верств населення Галичини. Вживає І. Франко і термін **денунціація** та однокореневі **заденунційований**, **заденунціювати** [13:138]. В аналізованому виданні подається таке пояснення цього терміна – "заденунційований – викритий" [13:366], але це слово має ще кілька значень, відмінних від зазначеного: "притягти до відповідальності; призначити" тощо. І.П. Новицький у своєму словнику так пояснює значення однокореневого розглядуваному слова denuntiatio – оголошення, донесення [11]. Відповідно до цього можна розтлумачити **заде-**

нунційований як "оголошений підозрюваним, притягнений до суду, звинувачений (синонім – inculpatus)". Ширшим є значення латинського слова, від якого цей термін походить: denuntiare означає "повідомляти, призначати, давати розпорядження, передбачати, погрожувати" [4].

Для оскарження судового рішення подавався **рекурс** (від лат. recursus – повернення назад, згадування) [14:107]. Паралельно побутував і синонімічний термін **апеляція** (від лат. appellatio – звернення, заклик), що зберіг своє первинне семантичне наповнення і в сучасній юридичній науці. В одному семантичному ряду із зазначеними термінами знаходиться лексема **рекламація** (від лат. reclamatio – протест), але у тогочасній юриспруденції виділяється диференційний відтінок у значенні: рекламація – це вимога повернути що-небудь у судовому порядку, тоді як апеляція і рекурс – звернення щодо зміни рішення. У цей ряд можна включити термін **супліка** [13:210] (від лат. supplicare – просити), українським відповідником якого є слово **скарга**, і в його визначенні йдеться про звернення до суду з вимогою ухвалення рішення.

На час створення повісті "Перехресні стежки" власне українська соціально-правова термінологія все ще перебувала на етапі формування, що відбувалося під значним латинсько-польським впливом. Ілюстрацію цього можна знайти не тільки в юридичних документах, а й у тогочасних літературних творах. Засилля чужомовної лексики значною мірою ускладнює семантичний аналіз термінів, адже одне й те ж слово у польській і латинській мовах могло мати різні значення, а тому тлумачення і переклад запозичених лексем вимагає детального аналізу семантичного складу слова на різних етапах його використання. Результатом цієї роботи має стати вирішення актуального для представників різних галузей науки завдання – створення тлумачного словника історичної, у даному контексті соціально-правової термінології (подібного до "Slownik łacińsko-polski dla prawników I historików" (автор Zanusz Sondel), виданого в 1998 році у Кракові), який би став у нагоді усім, хто вдумливо читає твори українських авторів різних історичних епох, і особливо тим, хто цікавиться історією розвитку латинської та української мов.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Артикуца Н. В*. Термінологічно-правовий фонд української мови : проблеми методології та дослідження / Наталія Володимирівна Артикуца. – Режим доступу: http://www.ekmair.ukma.kiev.ua/handle/123456789/2440

2. *Бардах Ю., Леснодорский Б., Пиетрчак М*. История государства и права Польши. / Ю. Бардах, Б. Леснодорский, М. Пиетрчак. – М.: Юридическая литература, 1980, 559 с.

3. *Вейсман А. Д.* Греческо-русский словарь. Репринт V-го издания 1899 г. / А. Д. Вейсман. – М. : Греко-латинский кабинет Ю. А. Шичалина, 1991. – 1370 с.

4. *Дворецкий И. Х.* Латинско-русский словарь. Около 50000 слов. Изд. 2-е, переработ. и доп. / И. Х. Дворецкий. – М.: Русский язык, 1976. – 1096 с.

5. *Нічик В. М.* Петро Могила в духовній історії України. / Валерія Михайлівна Нічик. – К.: Український Центр духовної культури, 1997. – 328 с.

6. Словарь древнего актового языка северо-западного края и царства польского. / Сост. Н. Горбачевский. – Вильна : Тип. А. И. Зака, 1874. – 397 с.

7. Словарь украинского языка. Собранный редакцией журнала "Кіевская Старина". У 4-х т. / Під ред. Б. Д. Грінченка. – К., 1907 – 1909.

8. Словник-довідник для працівників органів державної податкової служби. / Автори-упорядники: Бондаренко М. О. та ін.; за ред. М. Я. Дем'яненка, П. В. Мельника. – К., 2001. – 344 с.

9. Словник української мови: в 11 тт. / АН УРСР. Інститут мовознавства; за ред. І. К. Білодіда. – К.: Наукова думка, 1970–1980.

10. Словник української мови XVI – 1 пол. XVII ст. / НАН України, Інститут українознавства ім. І. Крип'якевича. / В 11 т. – Львів, 1994.

11. Справочный словарь юридических терминов древнего актового языка Югозападной России / Сост. И. П. Новицкий. – К. : Университетская типография, 1871. – 31 с.

12. *Тростогон М. А*. Словник іншомовної лексики наукових та публіцистичних праць І. Я. Франка / М. А. Тростогон. – Вінниця : Континент-ПРИМ, 2001. – 96 с.

13. *Франко І. Я.* Перехресні стежки: Повість. / Іван Якович Франко. – К. : Дніпро, 1983. – 367 с.

14. *Франко З. Т*. Курс історії української літературної мови. Випуск 10. / Франко З. Е. – К., 1958 – 57 с.

15. Юридический лексикон, объясняющий термины и институты всех прав судопроизводства, судоустройства и нотариата. Выпуск 1. А–Б. / Сост. Я. Гурлянд. – Одесса : Русская типография Исааковича, 1885. – 549 с.

16. *Zajda Aleksander*. Nazwy urzędników staropolskich (do roku 1600) / Aleksander Zajda. – Kraków: Nakładem Universytetu Jagiellońskiego, 1970. – 74 st.

Стаття надійшла до редакції 27.10.15

А. Н. Давыденко, асп.
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

Социально-правовая терминология латинского происхождения в произведениях украинских авторов

Статья посвящена малоупотребительным социально-правовым терминам латинского происхождения в произведениях украинских авторов. Материалом для исторического и лингвистического анализа социально-правовой терминологии послужили прозаические произведения И. Франко. Результаты проведенной работы могут быть использованы для решения целого ряда вопросов, связанных с нормированием, кодификацией и дальнейшими исследованиями юридической, в частности социально-правовой терминологии латинского происхождения.

Ключевые слова: *языковое сознание, административные сроки, акцептация, словообразование.*

N. Davydenko, PhD student
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

Social and legal terminology of Latin origin in the works of Ukrainian authors

The article deals with investigation of rarely used social and legal terms of Latin origin in writings of Ukrainian authors. Prose works of I.Franko are the material for historical and linguistic analysis of social and legal terminology. The results of the work can be used for solving a range of issues connected with regimentation and codification of the social and legal terminology of Latin origin.

Keywords: *linguistic consciousness, administrative terms, acceptance, word formation.*

УДК 811.111'253:659.1

О. П. Дейкун, студ.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка

АВТОРСЬКА КАРТИНА СВІТУ І ДІЙСНІСТЬ: "НАДСАТ" У ПЕРЕКЛАДІ УКРАЇНСЬКОЮ (на матеріалі творчості Е. Берджеса)

Статтю присвячено вивченню способів перекладу українською мовою різноманітних одиниць вигаданої підліткової мови "надсату", які відображають авторський протест проти радянських реалій за рахунок різного ступеня видозміни російських слів, а також утворюють номінативний рівень індивідуально-авторської картини світу Ентоні Берджеса у його відомому романі "Механічний апельсин".

Ключові слова: *картина світу, надсат, незмінні одиниці, усічення, спотворення, модифікація, модель.*

Сьогочасне перекладознавство характеризується посиленою увагою дослідників до проблем художнього перекладу. Однією з актуальних тенденцій у перекладознавстві є дослідження індивідуально-авторської картини світу, а також її відтворення у перекладі.

Сучасна лінґвістика ознаменувалася введенням у концептуальний та метамовний апарат терміну картина світу [Пименова 2011, с. 5], яка розглядається як сукупність образів і понять, які описують світ у цілому, де людство намагається знайти власні місця [Пименова 2011, с. 7]. Концептуальна картина світу тлумачиться як ґлобальний образ світу, що є основою світогляду людини, тобто те, що відбиває значущі властивості світу в розумінні людини внаслідок її духовної та пізнавальної діяльності [Манакин 2004, с. 43], а також як сукупність знань та уявлень людину про дійсність [Жукова 2011, с. 6]. Картина світу – це складно структурована цілісність, що включає три головні компоненти – світогляд, світосприйняття та світовідчуття. Ці компоненти об'єднані в картині світу специфічним для даної епохи, етносу чи субкультури чином [Жидков 2003, с. 5].

З огляду на спільні риси у наведених визначеннях – ґлобальний образ світу та світогляд людини – можна стверджувати, що **концептуальна картина світу** – це образи та поняття, які утворюють ґлобальну модель світу, яка дозволяє кожному з нас знайти власне місце.

Серед різних картин світу – наївної, мовної, міфологічної, фольклорної, релігійної, філософської [Пименова 2011, с. 5] – особливе місце посідає **індивідуально-авторська**, яка представляє, як носій мови – будь-хто з нас – розуміє світ і використовує арсенал мовних засобів, аби описати його [Пименова 2011, с. 91]. Індивідуальні картини світу значно відрізняються у носіїв навіть однієї мови: особливо великою кількістю індивідуальних рис, відмінних від інших представників окремої лінґвокультури, володіють індивідуальні картини письменників, або ж авторські картини світу [Пименова 2011, с. 91].

Складником авторської картини світу є номінативний рівень, який відбиває індивідуальні особливості йменування світу, про

що, зокрема, свідчить так званий надсат, що його вигадав англійський письменник Ентоні Берджес у творі "Механічний апельсин" [Burgess 2007, с. 3]. **"Надсат"**, від. рос. "восемнадцать", – мова підлітків, химерна суміш циганської говірки, російського, англійського й американського сленґу [Железовська 2011, с. 97], відбиває авторський протест проти радянських реалій за рахунок різного ступеня видозміни російських слів, напр., *govoreet (говорить), baboochka (бабушка), gloopy (глупый), mogz (мозг), otchkies (очки), platties (одежда)* та *sinny (кинотеатр)*.

Загальна кількість одиниць надсату, вжитих в оригіналі, складає 125 слів, що зображають діяльність людини (29 одиниць), її якості (26), частини тіла (23), власне людину (19), предмети та об'єкти (13), одяг (8) та установи (7).

В аспекті видозміни в англомовному тексті слова російської мови поділяються на **незмінні, усічені та спотворені**, які порізному відтворюються у перекладі українською.

До незмінних одиниць належать ті слова російської мови, форму яких в англійському первотворі транслітеровано без змін і в такій же формі передано в перекладі на українську мову. В основному одиниці цієї групи позначають якості людини *(bezoomny, bolnoy, bolshy, bugatty, dorogoy, gloopy, grahzny, gromky, horrorshow, malenky, merzky, molodoy, nadmenny, nagoy, oomny, polezny, skorry, sladky, starry)*; частини тіла *(glazz, goober, gorlo, groody, keeshkas, litso, mozg, noga, ooko, plot, rooker, rot, shiyah, tally, voloss, yahzick, zoobies)*; діяльність *(crast, govoreet, nachinat, oobivat, peet, privodeet, skazat, sobirat, vareet, spat, zasnoot)*.

У перекладі вищевказані одиниці здебільшого відтворено без змін. Так, дієслово на позначення активності *crast* (рос. красть) у перекладі на українську передано словом *красти*, пор.: *All right, I do bad, what with **crasting** and tolchocks and carves with the britva* [Burgess 2007, с. 56]. – *Гаразд, я чиню зле, коли **краду**, мєтєлюсь, ріжу брітвой* [Берджес 2004, с. 26]. Подібним чином надсатівське слово *bezoomny* (рос. безумный) передано у перекладі на українську мову одиницею *бєзумний*, пор.: […] *as I eased up and put the brake on, the other three giggling like*

***bezoomny**, and we could viddy the name on the gate of this cottage veshch was HOME, a gloomy sort of a name* [Burgess 2007, с. 38]. *– Я скинув швидкість і вдарив по гальмах, а решта троє загиготіли, як **бєзумниє**. Тепер ми побачили на воротах його назву – "Оселя"* [Берджес 2004, с. 24].

Незмінні одиниці модифікуються внаслідок адаптації російських слів до граматичної системи англійської мови.

Флексійну модифікацію, коли російське закінчення дієслова або іменника випускається затім, аби адаптувати слово до системи англійської мови, передано в українському перекладі повною формою. Так, модифіковане дієслово *to slooshy* (рос. слуш**ать**), від якого у надсаді зберігся лише корінь *слуш-,* витлумачено у перекладі неусіченою одиницею *послухати*, пор.: *I told Dim to lay off a bit then, because it used to interest me sometimes **to slooshy** what some of these starry decreps had to say about life and the world* [Burgess 2007, с. 9]. *– Я попросив Дима зачекати момент, бо часом цікаво **послухати**, що белькочуть оці старі маразматики про життя і світ* [Берджес 2004, с. 5]. Подібним чином іменник *cheenas* (рос. жен-**щины**) з англійською флексією *-s*, передано у перекладі повністю як *жєнщіна,* тобто та згідно з російською формою слова*,* пор.: *We fillied round what was called the backtown for a bit, scaring old vecks and **cheenas** that were crossing the roads and zigzagging after cats and that* [Burgess 2007, с. 26]. *– Якийсь час ми забавлялися на міських задвірках, лякаючи мужіков та **жєнщін** – вони перебігали дорогу, а ми виписували кривулі між ними й котами* [Берджес 2004, с. 14].

Модифікацію підсилення зазвичай збережено у перекладі українською. Так, подвоєння літери *s* у слові *chasso* (рос. часо**вой**) з метою підкреслення загрозливості охоронця буцегарні передається в перекладі подвоєнням літери *н* у слові *охраннік,* пор.: *I was at the back of the Wing Chapel (there were four along here in Staja 84F) near where the warders or **chassos** were standing with their rifles and their dirty bolshy blue brutal jowls* [Burgess 2007, с. 152]. *– Я стояв у кутку Бічної каплиці (всього в Держ-в'язі № 84-ф було чотири такі каплиці), а поряд зі мною очіку-*

вали ***охраннікі*** *з грубими синюватими пиками й гвинтівками в руках* [Берджес 2004, с. 75].

Повна заміна відбувається тоді, коли оригінальне слово з надсату *devotchkas* збігається з російським відповідником *девочки*, проте в українському перекладі подано зовсім іншим словом – *пісюшкі*, пор.: *These young* ***devotchkas*** *had their own like way of govoreeting* [Burgess 2007, с. 55]. – *Ці малі* ***пісюшкі*** *мали свій жаргон* [Берджес 2004, с. 35].

Усічені одиниці, запозичені з російської мови в надсат у скороченій формі, у перекладі відтворено повністю. Загалом одиниці цієї групи позначають діяльність людини *(creech (кричать), prod (прод-уцировать), sloosh (слуш-ать), viddy (вид-еть), vred (вред-ить)),* власне людину та державну установу *(chasso (часо-вой), cheena (жен-щина), biblio (библио-тека))*. Надсатівське дієслово *to creech* (рос. кричать) подано у перекладі повністю – *закричати,* пор.: *The starry prof type began* ***to creech****: "But those are not mine, those are the property of the municipality* [Burgess 2007, с. 16] – *Постривайте! –* ***закричав*** *древній учило-мучило. – Це ж не мої книжки, – це власність муніципалітету!* [Берджес 2004, с. 9].

Усічене позначення державної установи *biblio* (рос. библиотека) має два варіанти відтворення в перекладі: усічене, пор.: *He had books under his arm and a crappy umbrella and was coming round the corner from the Public* ***Biblio****, which not many lewdies used these days* [Burgess 2007, с. 12]. – *Під пахвою він ніс книжки, в руці тримав чорну парасольку і вийшов з-за рогу, де було публічне* ***бібліо****, що до нього в ті дні піпли майже не ходили* [Берджес 2004, с. 6], або повне, пор., *Just past the Duke of New York going east was offices and then there was the starry beat-up* ***biblio*** [Burgess 2007, с. 89]. – *На схід від "Герцога Нью-Йоркського" починалися офіси, за ними височіла стара понівечена* ***бібліотека****, далі був багатоквартирний будинок "Вікторія"* [Берджес 2004, с. 41].

Спотворені одиниці, російську форму яких у надсаті значно спаплюжено, аби висловити авторський протест, має три варіанти перекладу. В основному одиниці цієї групи відображають дія-

льність людини *(chumble (бормотать), dratsing (драться), skvat (схватить)),* власне людину *(Charlie (священник), Millicent, rozz (милиционер)),* частини тіла *(Gulliver (голова), sharries (ягодицы), yarbles (тестикулы)),* якості *(dobby (добрый), oddy knocky (одинокий), Sammy (щедрый)),* одяг *(neezhnies (нижнее белье), tashtook (носовой платок)),* установи *(shlaga (клуб), Staja (государственная тюрьма)).*

Модель "адаптація до англомовних реалій" передано словом, що має однакову форму в українській та російській мовах" виявляється у тих випадках, коли надсатівське слово на позначення частини тіла *gulliver* (рос. голова) спотворено таким чином, що воно нагадує слово *Gulliver*, тобто Ґулівер, яке при перекладі замінюється словом *голова*, яке має однакову форму в українській і російській мовах, пор.: *I ran over something big with a snarling toothy rot in the head-lamps, then it screamed and squelched under and old Dim at the back near laughed his* ***gulliver*** *off –"Ho ho ho" – at that.* [Burgess 2007, с. 33]. – *Наступної миті воно завищало й хряснуло під колесами. Дим на задньому сидінні повернув* ***голову*** *й зареготав: "Га-га-га!"* [Берджес 2004, с. 20].

Модель "спотворення за аналогією до російських слів – передається російським словом", задіяно під час уподібнення старої жінки *baboochka* (рос. бабушка) метелику (рос. бабочка) у надсаті і вживанням російського слова *бабушка* у перекладі, пор.: *So then I got real bezoomny myself, brothers, and hit out at them, but this* ***baboochka*** *said: "Toad, don't touch my kitties," and like scratched my litso* [Burgess 2007, с. 62] – *Не чіпай моїх киць, гадино! – ереснула* ***бабушка*** *і вчепилася нігтями мені в ліцо* [Берджес 2004, с. 37].

Модель "повне спотворення – передається фразеологізмом", за якої надсатівське слово зовсім не схоже на російське джерело, напр., *sammy* (рос. щедрый), передається у перекладі російським фразеологізмом *сорить дєньгамі*, пор.: *"Thanks, lads" and "God bless you, boys" like they couldn't stop, though we had not repeated the old* ***sammy*** *act with them* [Burgess 2007, с. 18] – *"Спа-*

сибі, хлопчики" та "Хай береже вас Бог, хлопчики", – хоч цього разу ми задля них ***грошима не сорілі*** [Берджес 2004, с. 9].

Номінативний рівень надсату характеризується наявністю низки **новотворів**, які мають три варіанти інтерпретації українською мовою, залежно від позначення людей, об'єктів або закладів.

Новотвірна модель інтерпретації людей: **"новотвір в оригіналі – нейтральне слово в перекладі"**. Так, слово *baddiwad*, яке дещо нагадує російський іменник *бандит*, витлумачено іменником *розбишаки*, пор.: *P. R. Deltoid then did something I never thought any man like him who was supposed to turn us* ***baddiwads*** *into real horrorshow malchicks would do, especially with all those rozzes around* [Burgess 2007, с. 84]. *– Ніколи не думав, що такий чоловік, як П. Р. Делтойд, поставлений перевиховувати нас,* ***розбишак****, на славних мальчіков, здатний на це* [Берджес 2004, с. 41].

Новотвірну модель інтерпретації об'єктів: "новотвір в оригіналі – новотвір у перекладі" прослідковуємо, коли новотвір на позначення їжі *eggiweg* передано у перекладі як *яєчненція*, пор.: *[…] quite at home, brothers, slurping away at the milky chai and munchmunching at his* ***eggiweg*** *and toast* [Burgess 2007, с. 227]. *– […] він, братики, сьорбав чай із молоком і жер, плямкаючи,* ***яєчненцію*** *з грінкою, наче в себе вдома* [Берджес 2004, с. 115]. В іншому прикладі на позначення неістот іменник *cancer* "рак" перекладено як "*труїлка*" для позначення *сигарет*. Тут також відбувається заміна російського слова англійським зі зміною значення, пор.: *Dim was cracking over a big cut-out showing a sharp with all her zoobies going flash at the customers and her groodies near hanging out to advertise some new brand of* ***cancers*** [Burgess 2007, с. 22]. *– Дим почав кидатися коробками з тютюном, які розбивались об великий плакат, що на ньому якась мочалка шкірилася до покупців і виставляла на показ грудь, рекламуючи нові* ***труїлки*** [Берджес 2004, с. 10].

Модель на позначення закладів – "новотвір в оригіналі – новотвір у перекладі" – спостерігаємо, коли надсатівське слово на позначення державного закладу *skolliwoll* перекладено

новотвором – *школіназія* (рос. школа), пор.: *And then in the afterlunch I might perhaps, if I still felt like it, itty off to the old* ***skolliwoll*** [Burgess 2007, с. 52]. – *А потім, як матиму настрій, загляну до своєї* ***школіназії*** *й дізнаюся, чого ще наварілі в тій країні глупих і непотрібних уроків* [Берджес 2004, с. 24]. Подібним чином слово *sinny* тлумачиться як *кіношка* (рос. кинотеатр), пор.: *The autos parked by the* ***sinny*** *weren't all that horrorshow, crappy starry veshches most of them, but there was a newish Durango 95 that I thought might do* [Burgess 2007, с. 34]. – *Автомобілі, припарковані біля* ***кіношкі****, були нікудишні – переважно розбиті старі тачкі, серед яких стояв і досить новенький "дуранго-95"* [Берджес 2004, с. 17].

Таким чином, проведений аналіз засвідчив, що переклад надсатівських одиниць залежить від ступеня їхньої зміни порівняно з російською мовою. Неспотворені слова у більшості випадків передаються у перекладі нейтральними одиницями. Флексійну модифікацію, коли російське закінчення випускається задля адаптації слова до системи англійської мови, передано в українському перекладі повною формою. Спотворені одиниці, російську форму яких у надсаті значно спаплюжено, співвідносяться в перекладі з нейтральними одиницями російської мови або фразеологізмами, а авторські новотвори заохочують перекладача до власної творчості. Подальше вивчення номінативного рівня індивідуально-авторської картини світу передбачає аналізу інтерпретації в перекладах на українську мову власних назв.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Берджес Е.* Механічний апельсин; пер. з англ. О. А. Буценко / Е. Берджес. – Львів : Кальварія, 2004. – 160 с.

2. *Железовська І. Е.* Метафори абсурду у романі Е. Бьоржеса "Механічний апельсин" / І. Е. Железовська // Наукові записки Харківського національного педагогічного університету ім. Г. С. Сковороди. Сер. : Літературознавство. – 2011. – Вип. 2(1). – С. 93–101.

3. *Жидков В. С.* Искусство и картина мира / В. С. Жидков, К. Б. Соколов. – СПб. : Алетейя, 2003. – 464 с.

4. *Жукова Н. М.* Роль субкультури арго у формуванні австралійської англомовної картини світу кінця XVIII-середини XIX століть : Автореф. … дис. канд. філол. наук. – Одеса, 2011. – 20 с.

5. *Манакин В. Н.* Сопоставительная лексикология / В. Н. Манакин. – К. : Знання, 2004. – 326 с.

6. *Пименова М. В.* Языковая картина мира : учебное пособие/ М. В. Пименова. – Изд. 3-е доп. – Санкт-Петербург : СПбГУ, 2011. – 106 с.

7. *Burgess A. A.* Clockwork orange / A. Burgess – СПб : КОРОНА принт, КАРО, 2007. – 288 с.

Стаття надійшла до редакції 28.04.15

А. П. Дейкун, студ.
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченка

Авторская картина мира и действительность: "надсат" в переводе на украинский язык (на материале творчества Э. Берджесса)

Эту статью посвящено изучению способов перевода на украинский язык различных единиц вымышленного подросткового языка "надсата", которые изображают авторский протест против советских реалий за счет разной степени видоизменения слов, а также образуют номинативный уровень индивидуально-авторской картины мира Энтони Берджеса в романе "Заводной апельсин".

Ключевые слова: *картина мира, надсат, неизменные единицы, усечение, обезображивание, модификация, модель.*

O. Deykun, stud.
Institute of Philology of Taras Schevchenko University

The author's worldview and reality: reproduction of nadsat in the ukrainian translation (based on the A. Burgess works)

This article is devoted to the studying of translation ways of the various units of the fictional teenage language "nadsat" into Ukrainian language, which are used to reflect the protest of the author against Soviet realia by means of varying degrees of modification of words. In such a way nadsat units form the nominative level of the author's worldview of Anthony Burgess in his famous novel under the name "A Clockwork Orange".

Key words: *author's worldview, nadsat, unchangeable units, cut units, deforming, modification, model.*

УДК 811.162.1'373.613:159.923

Н. Б. Дем'яненко, канд. філол. наук, доц.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка

ОСОБЛИВОСТІ СЕМАНТИКИ ПОЛЬСЬКИХ ТА УКРАЇНСЬКИХ КОМПАРАТИВНИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ

В статті аналізуються польські фразеологізми з компонентом порівняння в семантичному аспекті та робиться спроба знайти їх відповідники в українській мові.

Ключові слова: *фразеологічна одиниця, компаративні фразеологізми, особливості семантики.*

Фразеологізми, що існують у мовному узусі як звичайне явище для носіїв мови, виражають думки і сподівання самих мовців, їх історію, побут, культуру, єднають покоління. Фразеологічні одиниці можна зустріти у різних структурно-функціональних стилях, а, отже, можемо говорити про їх багатофункціональність, проте найбільш яскраве вираження вони знаходять у живому мовленні, як в усній, так і в писемній його формі. Фразеологія – продукт художнього осмислення побутового й соціального довкілля. Фразеологічна компаративістика свідчить, по-перше, про широкий культурно обумовлений діапазон уявлень обох народів: і польського, і українського; по-друге, про склад одиниць, стрижневі компоненти яких занурені в культурно-образну систему, тому що людина свій внутрішній світ конструює подібно до зовнішньої картини світу. Джерелом фразеологічних порівнянь є сталі порівняння, оскільки вони мають типові риси (ознаки) фразеологізму, а саме – швидке відтворення та сталість [Огольцев 2008, 5].

Специфіка функціонування фразеологізмів обумовлена, як їх мовними властивостями, так і особливостями тих мовленнєвих умов, у які вони потрапляють. Більше того, на функціональні властивості фразеологічних одиниць впливають їх умотивованість або невмотивованість. Інколи ознака, що сформувала метафору, покладену в основу фразеологізму, не тільки не є осно-

вною для позначення певного явища чи поняття, а й узагалі не входить у його семантичну характеристику. Вирішальним у такому випадку є досвід лінгвокультурної спільноти, який і визначає певні асоціації тієї чи іншої лексеми.

Метою нашої розвідки було виявити та проаналізувати польські фразеологізми з компонентом порівняння в семантичному аспекті та знайти їх відповідники в українській мові. Фактичний матеріал був зібраний методом суцільної вибірки із лексикографічних джерел ("Słownik frazeologiczny języka polskiego" pod red. S. Skorupki; "Mały słownik frazeologiczny języka polskiego" pod red. S. Bąby, J. Libereka; "Wielki słownik frazeologiczny polsko-rosyjski a rosyjsko-polski" pod red. J. Luksina). Вивчення компаративних зворотів було у колі зацікавлень багатьох дослідників. Проблема виділення стійких порівнянь із загального складу фразеологічного фонду вперше була порушена у працях таких лінгвістів, як В.В. Виноградов, А.В. Кунін, А.Г. Назярян, І.І. Чернишова та ін., які у своїх загальних концепціях відводять порівняльним фразеологізмам окреме місце. У порівняльному аспекті досліджувались компаративні фразеологічні одиниці російської і французької мов (Огольцев В.М.), болгарської, сербської та словенської мов (Кабанова Н.М.), російської і чеської мов (Мокієнко В.М.), російської, української та сербохорватської мов (Кузнецова І.В.) тощо. І.І. Туранський торкається питання про компаративні фразеологічні одиниці, які виконують функцію посилення й пропонує класифікувати їх наступним чином: 1) структури, у яких основою для порівняння слугують фізичні властивості неживих предметів; 2) компаративні структури, в основі яких – порівняння із природними явищами; 3) структури, що включають назви представників фауни, коли підставою для порівняння служать найбільш типові риси, звички, спосіб життя фізичні якості, що домінують й 4) алюзії, пов'язані з біблійними, міфологічними сюжетами і з історичними особами [Туранський 1990, 90]. У нашому дослідженні ми використовуємо класифікацію К.К. Ніколаєвої, яка виділяє такі наступні тематичні групи лексики, що використовуються для порівняння у фразеологічних одиницях польської мови: 1) людина; 2) речі; 3) тваринний світ; 4) рослинний світ; 5) природа, стихійні явища; 6) міфологіч-

ні уявлення; 7) речовина, якості речовини. Дослідивши фразеологізми, які входять до даних тематичних груп, ми дійшли висновку, що за семантичною спорідненістю польські компаративні одиниці можемо поділити ще на такі ж групи, а крім того виділити наступні підгрупи: 1. Польські фразеологізми, українські еквіваленти яких входять до аналогічної української тематичної групи та 2. Польські фразеологізми, українські еквіваленти яких не входять до аналогічної української тематичної групи. До першої групи в якій для порівнянні використані лексеми, що відноситься до тематичної групи "людина", віднесемо такі фразеологізми, як stać nad kim jak kat nad dobrą duszą – український еквівалент: стояти як кат над душею. Цей еквівалент співпадає з польським фразеологізмом у тематичній групі, тому що вони мають однакове стрижневе слово: kat (укр. кат); jak na dłoni – український еквівалент: як на долоні. У даному випадку український еквівалент входить до тієї ж тематичної групи, що й польський; płakać (cieszyć się) jak dziecko – український еквівалент теж належить до тематичної групи "людина": плакати (радіти, тішитися) як дитина. Цікавим є польський фразеологізм siedzieć jak mumia – український відповідник сидить як та мумія. Стрижневе слово mumia (мумія) не повністю відповідає тематичній групі "людина", проте є реалією, спорідненою до лексико-семантичного поля, що описує людину в іншому фізичному стані. До другої підгрупи належать такі фразеологічні звороти, як, наприклад, mówić (pisać) jak chiński uczony – український еквівалент китайська грамота "незнана (незбагненна, незрозуміла) річ". Тут можна побачити лексичну невідповідність між даними фразеологізмами, тому що фразеологізм китайська грамота не відносимо до тематичної групи "людина", хоча семантично вони є еквівалентами; co pasuje jak pięść do nosa – українські еквіваленти цього фразеологізму відносяться не до групи "людина", а до групи "тваринний світ": личить (пристало), як корові (як волові) сідло; личить (пристало), як свині наритники; так до діла, як свиня штани наділа. Co pasuje jak garbaty do ściany – українські еквіваленти не відповідають польському фразеологізмові за тематичною групою "людина", вони відносяться до групи "тваринний світ": личить (пристало), як корові (як волові) сідло;

личить (пристало), як свині наритники; так до діла, як свиня штани наділа. Стрижневе слово garbaty є субстантивованим іменником, який позначає людину.

Компаративні фразеологічні одиниці, порівняння яких входять до тематичної групи "речі" наступні: зворот zawrzało (zagotowało się) jak w garnku має декілька українських еквівалентів, один з яких: як (мов) у казані кипіти – відповідає даній тематичній групі, а інші – ні: зчинити (зняти) метушню (сум'яття, веремію; зняти бучу; czuć się (żyć) jak pączek w maśle – українські еквіваленти: як сир у маслі купається (плаває); живе, наче вареник у маслі плаває; плаває, як пампух в олії; валяється, як нирка у салі; głupi jak stołowe nogi – українські еквіваленти дурний як (сосновий) пень (як довбня, як колода, як кіл у плоті, як чіп, як ціп, як сак, як ступа, як путо); дурний аж світиться (аж крутиться). Польські фразеологізми, українські еквіваленти яких не входять до тематичної групи "речі": kto rozpuszczony jak dziadowski bicz – українські еквіваленти ставати неслухняним"; вийти з-під опіки; biec (lecieć) jak strzała – щодуху (що є духу, скільки духу, що дух у тілі) бігти; на всю витягу бігти; ciemno jak w grobie – темно, хоч в око (у вічі) стрель. У тематичній групі "тваринний світ" маємо наступні фразеологічні одиниці: 1. Фразеологізми, українські еквіваленти яких мають стрижневе слово, яке теж входить до групи "тваринного світу": iść (dać się prowadzić) jak stado baranów (iść bez oporuoporu, zachowując się biernie) – український еквівалент: йти як бараняче стадо; як отара; bawić się (igrać) z kim jak kot z myszką – український еквівалент грається, як кіт з мишею; biedny (ubogi) jak mysz kościelna" (bardzo biedny) – український еквівалент: бідний (голий) як церковна (руда) миша; ruszyć konceptem jak martwe cielę ogonem – український еквівалент: химині кури гонити; patrzeć (gapić się) jak cielę (wół) na malowane wrota – українські еквіваленти дивиться, як теля на нові ворота (двері); витріщив очі, як цап на нові ворота; дивиться, як кошеня в каганець; витріщивсь, як коза на різника; дивиться, як чорт на попа (останній не входить до групи "тваринний світ"); kochać, lubić kogo jak psy dziada w ciasnej ulicy – один український еквівалент теж входить до групи

"тваринний світ": любить, як собака цибулю, решта – ні: радіти, як сирота трясці; любити, як хрін в оці. 2. Фразеологізми, українські еквіваленти яких мають стрижневе слово, яке не входить до групи "тваринного світу": nosić się z czym jak paw z ogonem – український еквівалент: носиться як (дурень) з писаною торбою (як дурень з ступою); co stoi (jest napisane) jak byk – український еквівалент: чорне (чорним) по білому (написано, надруковано); kto (jest) głupi jak (marynowane) cielę – українські еквіваленти: дурний як (сосновий) пень (як довбня, як колода, як кіл у плоті, як чіп, як ціп, як сак, як ступа, як путо); дурний аж світиться (аж крутиться). У тематичній групі "рослинний світ" теж маємо фразеологізми, українські еквіваленти яких мають стрижневе слово, яке входить до групи "рослинного світу": czerwony jak burak (piwonia) – червоний як буряк; почервоніти як буряк; czuć się jak groch przy drodze – почувати себе як горох при дорозі; wyrastać (rosnąć, mnożyć się) jak grzyby po deszczu – український еквівалент рости як гриб після дощу (по дощеві); nos jak kartofel – українські еквіваленти: ніс картопелькою (як картоплина); ніс як бульба (ніс бульбою); jak rzep do psiego ogona – українські еквіваленти: причепився, як реп'ях (до кожуха); як шевська смола до чобота (до п'яти); прилип, як до Ґандзі Пилип. Останні два еквіваленти не входять до групи "рослинний світ". Натомість наявні фразеологізми, українські еквіваленти яких мають стрижневе слово, яке не входить до групи "тваринний світ": dziewczyna (kobieta) jak jagoda – українські еквіваленти: красна дівчина (дівка, панна); красна дівиця; policzki (usta) jak jagoda – рум'яні щічки, червоні (кармінові) вуста; wyglądać (czekać, pragnąć, łaknąć) czego jak kania dżdżu (deszczu) – українські еквіваленти: ждав не діждався; чекав не дочекався; ждав, ждав та й годі сказав; ждав та й жданики (жданки) поїв (розгубив); słodki (ckliwy) jak lukrecja – нудотний. Тематична група "природа, стихійні явища". 1. Польські фразеологізми, українські еквіваленти яких входять до аналогічної української тематичної групи: wpadać (wlecieć, nadciągać) jak burza – українські еквіваленти: влетіти як буря, вбігти як (ошпарений) очманілий; co spadło (uderzyło, runęło) jak grom (z jasnego nieba – українські еквіваленти: як грім

з (серед) ясного (чистого, безхмарного) неба; і в погоду часом грім ударить та 2. Польські фразеологізми, українські еквіваленти яких не входять до аналогічної української тематичної групи: co idzie jak z kamienia – українські еквіваленти: на превелику силу; з великою (з тяжкою) бідою; brzydki jak noc – український еквівалент страшний як чорт; wyglądać jak księżyc w pełni – кругле лице; czarny jak noc – український еквівалент: чорний як смола (смоль). У тематичній групі "міфологічні уявлення" також зустрічаємо фразеологічні одиниці, українські еквіваленти входять до аналогічної тематичної групи: co wisi nad kim jak miecz Damoklesa – український еквівалент: висить як Дамоклів меч; być, wyglądać jak cherubinek – личко як у янголятка; brzydki jak grzech śmiertelny (jak siedem grzechów (głównych), jak nieboskie stworzenie – український еквівалент: гидкий як смертний гріх та фразеологізми що не входять до аналогічної тематичної групи: kto zły jak sto diabłów – український еквівалент: злий як муха в Спасівку; czerwony jak upiór – українські еквіваленти: червоний як рак; почервоніти як рак; спекти рака; напекти раків. У тематичній групі "речовина, якості речовини" більшість польських фразеологізмів не входить до тієї ж тематичної української групи: być miękkim jak wosk – мати велике серце; idzie jak po mydle (idzie) bez trudności) – усе йде як помащене (як по маслу); усе йде (котиться), як помазаний (помащений) віз; mieć nogi (kolana) jak z waty – насилу (всилу, насилу, ледве) ноги тягти (волокти); ледве тягтися (волоктися); волочити (тягти) ноги, мов колоди; co idzie jak krew z nosa – через годину (щогодини) по чайній ложці; дуже (вельми) поволі; по пошту волами; tani jak barszcz – дешевше від дірки з бублика. Проте, часом можемо зустріти польські фразеологізми, що належать до аналогічної української тематичної групи: jak dwie krople wody (identyczni(e), bardzo podobni(e) – як (мов) дві краплі (краплини) води схожі один на одного; достоту однакові; нестеменно однакові; як з одного ока випали.

На особливу увагу заслуговують компаративні фразеологічні одиниці з анімалістичним компонентом. Формування їх бази ознак проходить більш складний шлях, ніж формування компо-

нентів, виражених найменуваннями предметів. З однієї сторони, асоціативні ознаки компонентів-анімалізмів виділяються на основі спостережень людини за зовнішнім виглядом, життям та звичками тварин (порівняння, побудовані на цих образах, володіють зрозумілою внутрішньою формою). З іншого боку, сприйняття людиною назв тварин ускладнюється впливом духовної культури, певними традиціями, фольклорними текстами, релігійними уявленнями та відповідними характеристиками, якими наділені ті чи інші компоненти-анімалізми. Внаслідок цього збільшується семантичний потенціал таких компонентів, вони обростають додатковими конотаціями, що часто ускладнює розуміння внутрішньої форми компаративних фразеологізмів [Николаева 1989, 14, 15].

Таким чином, ми побачили, що компаративні фразеологізми можна розглядати як особливий тип фразеологічних одиниць. Семантичний аналіз таких фразеологічних одиниць показав, що лексичні особливості порівнюваних мов дають підстави говорити про те, що тематичний поділ має спільні та відмінні риси в українській та польській фразеології. Поділивши польські фразеологічні звороти (з компонентом-порівнянням) на тематичні групи, ми побачили, що не всі українські еквіваленти відносяться до тієї ж тематичної групи, що й польські. На проаналізованих прикладах компаративних фразеологізмів польської та української мов ми бачимо, що іноді порівняльна структура зберігається в еквівалентах української мови, а іноді виступають відповідники, в будові яких відсутній компаративний елемент, проте це не змінює їх семантики. Таким чином, компаративні фразеологічні одиниці – це ефективний засіб комунікації з великою системою мовних засобів вираження порівняння, який можна розглядати як особливий тип фразеологічних одиниць у мові.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Артемова А. Ф.* Значение фразеологических единиц и их прагматический потенциал: Дис. … д-ра филол. наук: 10.02.04 / РГПУ им. А.И. Герцена. – Санкт-Петербург, 1991. – 308 с.

2. *Огольцев В. М.* Устойчивые сравнения в системе русской фразеологии. 2008. 192 с
3. *Потебня А.А.* Мысль и язык. Киев, 1993. – 192 с.
4. Туранский И.И. Семантическая категория интенсивности в английском языке: Монография / И.И.Туранский. – М.: Высшая школа, 1990. – 172 .

Стаття надійшла до редакції 27.04.15

Н. Б. Демьяненко, канд. филол. наук, доц.
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

Особенности семантики польских и украинских компаративных фразеологизмов

В статье анализируются польские фразеологизмы с компонентом сравнения в семантическом аспекте, и делается попытка найти их соответствия в украинском языке.

Ключевые слова: *фразеологическая единица, компаративные фразеологизмы, особенности семантики.*

N. Demyanenko, PhD in Philology, docent
Institute of Philology Taras Shevchenko National University of Kyiv

Semantics features Polish and Ukrainian comparative phraseology

The article reviews the Polish phraseological units with component of *comparison in semantic aspect and attempt to find their counterparts in the Ukrainian language.*

Key words: *phraseological unit, comparative phraseological units, semantics features.*

УДК 811.11'42

О. В. Дмитрук, канд. філол. наук, викл.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

МОДЕЛЮВАННЯ КОМУНІКАТИВНОЇ СИТУАЦІЇ ДЛЯ РЕАЛІЗАЦІЇ МАНІПУЛЯТИВНОГО ЗАДУМУ У ДОВГОТРИВАЛІЙ ПЕРСПЕКТИВІ

У статті здійснено аналіз серії комунікативних ходів, розрахованих на реалізацію маніпулятивних задуму у довготривалій перспективі. Розглядаються конкретні лінгвальні та позалінгвальні засоби, які сприяють успішності здійснення маніпулятивних намірів. Доводиться, що для успішної імплементації довготривалого маніпулятивного плану з чіткою послідовністю комунікативних ходів необхідні знання психології, а також майстерне володіння навичками вербальної та невербальної комунікації.

Ключові слова: *маніпуляція свідомістю, комунікативна ситуація, лінгвальні та позалінгвальні засоби маніпуляції свідомістю, маніпулятивний хід.*

Сучасні лінгвістичні дослідження фокусують свою увагу на процесах комунікації у їх різнобічних проявах, як лінгвальних, так і позалінгвальних. Важливе місце дослідники відводять психологічному боку комунікативних процесів, зокрема, мовним засобам у поєднанні з позалінгвальним контекстом, які вживаються для здійснення впливу на адресата з метою зміни його думки, суджень, поведінки. Міжособистісне спілкування викликає значний інтерес для вивчення, оскільки знання контексту певної комунікативної ситуації дозволяє проаналізувати психологічні прийоми, що застосовуються комунікантами, що, в свою чергу, впливає на вибір конкретних лексичних одиниць, що обумовлює **актуальність** даної статті.

Метою роботи є вивчення особливостей вживання лексичних одиниць, вибору стратегій і тактик, що застосовуються маніпулятором у міжособистісному спілкуванні, виходячи з його знань співрозмовника, вміння прогнозувати його реакцію і дії, для досягнення маніпулятивної мети в довгостроковій перспективі.

Об'єктом дослідження виступають комунікативні ситуації міжособистісного спілкування, в яких мовці вдаються до маніпуляції свідомістю співрозмовника з метою досягнути бажаної мети у довгостроковій перспективі.

Предметом дослідження є вербальні та невербальні елементи за допомогою яких маніпулятор впливає на свідомість адресата, а також контекст, який уможливлює глибинне розуміння процесу маніпуляції свідомістю.

Матеріалом для статті були обрані фрагменти з оригінального англомовного серіалу "*Misstresses*", в яких одна з сюжетних ліній присвячена серії маніпулятивних ходів, до яких вдається героїня.

Наукова новизна дослідження зумовлена недостатністю вивчення в українській лінгвістиці мовних та контекстуальних засобів маніпулятивного характеру в міжособистісному спілкуванні для досягнення ефекту у довгостроковій перспективі.

Для міжособистісного спілкування характерним є безпосередній відклик комуніканта, можливість спостерігати за його реа-

кцією на вербальні та невербальні дії адресанта. Такий спосіб взаємодії дає можливість адресату передбачати поведінку адресата на певну інформацію, ситуацію, що відкриває шлях для маніпулятивного впливу на свідомість адресата. При цьому адресант має змогу спланувати послідовність своїх дій та вербального представлення інформації для отримання маніпулятивного ефекту у довготривалій перспективі на свою користь.

Міжособистісному спілкуванню, як правило, притаманна певна амбівалентність, оскільки воно водночас може бути як конфліктним, так і безконфліктним, балансуючи між рольовими угодами і їхнім порушенням [2, 90]. Внаслідок цього міжособистісне спілкування характеризується емоційністю, що знаходить свій прояв у вживанні відповідних лексичних одиниць.

У драмі "*Mistresses*" від каналу ABC розвивається сюжетна лінія, де колеги, чоловік та жінка, стикаються зі зміною у кадровому складі компанії. На роботу повертається Саванна, підлегла Домініка, яка довгий час проходила реабілітацію після автокатастрофи. Однак у Домініка та Тоні, іншої його підлеглої, вже сформувалися свої власні робочі стосунки. До того ж Саванна і Домінік мають романтичні стосунки, які вони на приховують з огляду на професійну етику. Повернення Саванни вносить вагомий дисонанс в існуючий робочий уклад Домініка та Тоні, важливу роль у цьому відіграє той факт, що жінки змушені ділити один офіс. До цього моменту стосунки Домініка та Тоні були дружньо-професійними, про що свідчить стильове забарвлення лексики, яку вживає Домінік, коли Тоні звертається до нього:

DOMINIC: ***Hey. What's up?***

TONY: I have some questions about the Fenton deal.

DOMINIC: ***All right. Shoot.*** *[Mistresses S02E03, 23.19–23.25]*

Розмовний стиль привітання Домініка та його реакція на запит Тоні підтверджують, що в очах Домініка робоча ситуація залишається незмінною. Водночас мова жестів Тоні свідчить про інше: поза, в якій вона зустрічає Домініка у його офісі є досить фривольною (жінка сиділа на бильці дивану), після чого вона встає і розкриває руки зі словами *"Okay. I really don't have*

questions about the Fenton deal. I've got that nailed down.", розкриваючись перед співрозмовником, демонструючи відкритість [1, 42]. Однак її наступна фраза супроводжується зчепленням рук, що свідчить про закритість, дещо вороже ставлення до проблеми, яку вона збирається обговорювати: *"**But** I **do** have to talk to you about something. **And I don't mean to... get anybody in trouble**."* Таке введення теми покликане продемонструвати добрі наміри мовця, показати, що в цій ситуації вона лише хоче поділитися своїм занепокоєнням, що заспокоює жертву маніпуляції, притупляє її пильність, налаштовує її на конструктивний лад. Однак протиставний сполучник та емфатична конструкція дозволяє Тоні висловити своє занепокоєння щодо офісу і згадати постійні телефонні дзвінки від Гарі, колишнього чоловіка Саванни. Маніпулятивний розрахунок Тоні полягає в тому, що Домінік не знає, що вона здогадалась про романтичні стосунки між ним та Саванною, і знає, хто такий Гарі. Хезитація перед згадкою його імені акцентує увагу адресата, вражаючи його емоції, викликаючи роздратування та ревнощі, про що свідчить реакція чоловіка, який перериває співрозмовницю наказовим реченням.

DOMINIC: What's the problem?

*TONY: I know she's been through a difficult time, **but** there's just a lot of personal stuff going on, and it's hard to get the work done. Visits from her sister, her realtor, the constant personal calls to someone named... **Harry**.*

*DOMINIC: All right, look. **Let me just stop you right there** [Mistresses S02E03, 23.49–24.10].*

Сколихнувши емоції чоловіка, жінка продовжує наступ і зізнається Домініку, що він їй подобається, і що вона плекала надію на романтичні стосунки з ним: *"I was **just** hoping that it **could** be about more than that. I like you, Dom." [Mistresses S02E03, 25.09–25.18].* Вживання атенюатора та модального дієслова створюють враження, що жінка відчуває невпевненість та боязкість [3, 360]. Невербальна поведінка підтверджує це враження: Тоні дивиться на Домініка з-під опущених вій, несміливо посміхається, в той час як поза Домініка – руки, схрещені на грудях,

відхил назад – демонструють його закритість. Однак, виходячи з офісу, коли жертва маніпуляції не може її бачити, жінка посміхається, оскільки її розрахунок виявився вірним і чоловік відреагував саме так, як вона сподівалась.

В результаті Домінік пропонує Саванні оприлюднити їхні стосунки, офіційно повідомити відділ кадрів фірми, оскільки він не хоче, щоб Тоні і надалі залицялась до нього. Саме на це і розраховує Тоні, оскільки прагне довести, що Домінік систематично заводить романи на роботі.

Згодом Домінік і Саванна припиняють свої стосунки, і Тоні, в свою чергу, намагається викликати прихильність Домініка. Вона висловлює своє співчуття з приводу його розриву з Саванною, намагаючись вплинути на його почуття самотності та вразливості: ***I don't know*** *what's going on with you, and* ***you don't have to tell me, but if you do want to talk****, you* ***can*** *because... don't take this wrong,* ***but*** *I don't know how many other people you have in your life to talk about this with* [Mistresses S02E08, 39.36–39.50]. Тоні намагається створити враження, що вона не зазіхає на власний простір Домініка (вислів невідання, модальне дієслово у заперечній формі), хоча насправді їй відомо, що відбувається. Умовне підрядне речення створює враження доступності альтернативи, яке знову підсилює протиставний сполучник та конструкція з допоміжним дієсловом *do,* а також модальне дієслово *can.*

Далі Тоні застосовує тактику інклюзивності, створюючи "власне коло" і включаючи до нього себе і Домініка: *You're the guy who wants his name on the building. I know this because* ***I'm the same way.*** *And I also know one of the first things you give up on your way to the top is friends* [Mistresses S02E08, 40.07–40.19]. Така послідовність комунікативних ходів забезпечує їй досягнення її мети, що стає очевидним, оскільки Домінік, який на початку розмови був налаштований відверто вороже, залишає офіс Тоні зі словами вдячності: *Thank you, Toni*.

Наступний крок Тоні полягає в тому, щоб змусити Домініка повірити, що вона залишає свою посаду, оскільки інша фірма зробила їй більш вигідну пропозицію. Вона запрошує чоловіка відсвяткувати цю подію у барі, вмовляє його випити ще, заводить

розмову про Саванну і розповідає йому, що Саванна відмовилася продавати будинок, який є її спільною власністю з колишнім чоловіком. Домінік розлючується і хоче йти, однак Тоні зупиняє його словами: *You're finally realizing what I knew all along. Savi doesn't deserve you. She never did* [Mistresses S02E09, 32.06–32.13]. Такий вплив на уражене его чоловіка викликає у нього відповідну реакцію, змушує думати, що жінка, яку він кохає, не кохає його у відповідь, однак поруч є інша, які цінує його і хоче бути з ним, що призводить до того, що вони проводять ніч разом.

Наступного дня керівництво фірми повідомило Домініка, що Тоні подала на нього позов, звинувачуючи його у сексуальних домаганнях. Фактично, звинувачення мають серйозне підґрунтя: Домінік насправді провів ніч з Тоні, попросив її не розголошувати цей факт, а також мав історію попередніх стосунків в підлеглою.

Коли серія маніпулятивних ходів добігла кінця, Тоні перестає приховувати свій задум від Домініка.

TONY: All the groundwork's been laid. All you have to do is accidentally touch my knee underneath the conference table or brush against me in the hallway. Then it will be hard to deny your pattern of disturbing behavior. And I'll have no choice but to request some compensation for all the discomfort.

DOMINIC: Why are you doing this?

TONY: I like to live a certain way.

DOMINIC: Why me?

TONY: Oh, it's nothing personal. You were just the newest partner, the easiest ***target****, you know? But I can't say it hasn't been a pleasure doing business with you* [Mistresses S02E10, 26.48–27.24].

В даному діалозі маніпулятор розкриває свою сутність, демонструє ставлення до своєї жертви як до об'єкта, розповідає про справжню мету своїх дій і навіть маніпулятивні наміри на майбутнє стосовно керівництва фірми.

Проаналізувавши представлений матеріал, можна зробити висновок, що реалізація довготривалого плану із залученням маніпуляції свідомістю людей вимагає чіткого розуміння послідовності дій, гарного знання психології, майстерного володіння навичками вербальної та невербальної комунікації. Як продемонстрував детальний розгляд даної комунікативної ситуації, ма-

ніпулятор правильно розрахувала, який ефект викличе кожен з її ходів, продумала послідовність кожного кроку, підібрала максимально влучні комунікативні засоби у кожній конкретній ситуації і в кінцевому рахунку отримала бажаний результат.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Меграбян А.* Психодиагностика невербального поведения / А. Меграбян. – СПб. : Речь, 2001. – 256 с.

2. *Сорокин Ю. А.* Межличностное общение и его этнокультурная специфика / Юрий Александрович Сорокин // Мир лингвистики и коммуникации : электронный научный журнал. – 2012. – №29. – С. 90–96.

3. *Holmes J.* Modifying illocutionary force / J. Holmes. – Journal of Pragmatics. – 1984. – Vol. 8. – P. 345–365.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. Mistresses – Season 2, Episode 3. – Режим доступу : http://abc.go.com /shows/mistresses/episode-guide/season-02/203-open-house.

2. Mistresses – Season 2, Episode 8. – Режим доступу : http://abc.go.com /shows /mistresses/episode-guide/season-02/208-an-affair-to-surrender.

3. Mistresses – Season 2, Episode 9. – Режим доступу : http://abc.go.com /shows/mistresses/episode-guide/season-02/209-coming-clean.

4. Mistresses – Season 2, Episode 10. – Режим доступу : http://abc.go.com /shows /mistresses/episode-guide/season-02/210-charades

Стаття надійшла до редакції 27.04.15

О. В. Дмитрук, канд. филол. наук., препод.
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

Моделирование коммуникативной ситуации для реализации манипулятивного замысла в долгосрочной перспективе

В статье осуществлен анализ серии коммуникативных ходов, рассчитанных на манипулятивную реализацию замысла в долгосрочной перспективе. Рассматриваются конкретные лингвальные и экстралингвальные средства, которые способствуют успешности осуществления манипулятивных намерений. Доказывается, что для успешной имплементации долгосрочного манипулятивного плана с четкой последовательностью коммуникативных ходов необходимые знания психологии, а также мастерское владение навыками вербальной и невербальной коммуникации.

Ключевые слова: *манипуляция сознанием, коммуникативная ситуация, лингвальные и экстралингвальни средства манипуляции сознанием, манипулятивный ход.*

O. Dmytruk, Cand. Phil. Sci., Lecturer
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kiev

**The modelling of a communicative situation
to implement a long-term mind manipulation plan**

The article analyses a series of manipulative moves aimed at the manipulator's plan implementation in the long term. The author considers concrete lingual and extra lingual tools that facilitate successful implementation of the manipulator's intent. It is proved that the successful implementation of the long-term plan with clear manipulative sequence of communication moves calls for the knowledge of psychology and the mastery of the skills of verbal and non-verbal communication.

Keywords: *mind manipulation, communicative situation, lingual and extra lingual means of mind manipulation, manipulative move.*

УДК 811'14'02:81'42

Ф. В. Довбищенко, магістрант
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

КОМУНІКАТИВНА СТРУКТУРА І КНИГИ ТРАКТАТУ ГЕРОДІАНА "ІСТОРІЯ ПІСЛЯ МАРКА АВРЕЛІЯ"

У статті досліджено комунікативну структуру І книги трактату грекомовного історика ІІІ ст. н.е. Геродіана "Історія після Марка Аврелія", встановлено принцип функціонування прийому "текст у тексті". Доведено,що застосування цього прийму свідчить про необхідність розмежування авторської та нараторської комунікацій в історіографічних творах, адже саме авторська комунікація перебирає на себе функцію розбудови латентної концептуальної основи твору.

Ключові слова: *структура комунікації, прийом "текст у тексті", грекомовна історіографія, пізньоелліністичний період.*

У сучасному мовознавстві зростає інтерес до наратологічних студій. Це зумовлено антропоцентричним характером не лише лінгвістики, а й інших суміжних із нею гуманістичних наук (культурології, історії, соціології, психології та ін.). У центрі наукового пошуку перебуває людина, і наратив є одним із головних способів вираження її світоглядних орієнтирів. Наратологія як наука вивчає наратив як головний структуруючий фактор

нашого сприйняття, адже впорядкування часу та простору в наративних формах становить один з головних способів, у який ми будуємо значення взагалі [General]. Тож завдання наратології – не лише подати теорію наративу, а й пояснити, яким чином наратив формує наше уявлення про навколишній світ.

Актуальність даного дослідження зумовлено тим, що пізньоантичні історіографічні наративи студіювалися переважно під кутом зору їх придатності як історичного матеріалу, тоді як необхідною видається спроба аналізу наративних стратегій у творах елліністичної доби, зокрема у творі Геродіана "Історія Римської держави після Марка Аврелія", та застосування дискурсивних підходів до історіографічних творів античності як таких, що не позбавлені фікціональності.

Мета дослідження – дослідити структуру комунікації та прийом "текст у тексті" у І книзі трактату грекомовного історика ІІІ ст. до н.е. Геродіана "Історія після Марка Аврелія".

Об'єкт дослідження – історіографічний наратив І книги трактату Геродіана "Історія Римської держави після Марка Аврелія" (Τῆς μετὰ Μάρκον βασιλείας ἱστορίας βιβλία ὀκτώ). **Предмет дослідження** – структура комунікації та прийом "текст у тексті" як засіб взаємодії її авторської та нараторської складових у творі автора. **Матеріали дослідження** – І книга трактату Геродіана "Історія Римської держави після Марка Аврелія".

Серед визначних праць, у яких всеохопно і ґрунтовно була розроблена теорія наративу, варто відзначити роботи Ю. Тинянова, В. Пропа, М. Бахтіна К. Леві-Строса, Ж. Женета, Р. Барта, А. Ґреймаса, Ц. Тодорова, У. Еко, Р. Барта, М. Фуко, Ю. Кристєвої.

Засновник французького структуралізму К. Леві-Строс уперше застосував знакову теорію Ф. де Сосюра до нелінгвістичного матеріалу, а саме в етнології ("Елементарні структури роду", 1949). Заслугу К. Леві-Строса вбачають також і в тому, що він уперше сформулював важливе теоретичне припущення, згідно з яким "культура має будову, подібну до будови мови" ("Структурна антропологія", 1958) [Lévi-Strauss 1958, 79]. К. Бремоном [Бремон 2001, 475] була окреслена та обґрунтована можливість

аналізу наративних текстів з позицій структуралізму, що передбачає трактування тексту як системи знаків, кожен з яких є відношенням означника і означуваного, а у випадку наративних текстів – дискурсу та розповіді [Ткачук 2002, 34, 128]. Умовно таку структуру наративного тексту можна зобразити так:

$$\text{знак (наратив)} = \frac{\text{означник}}{\text{означуване}} \; \frac{\text{дискурс ("як?")}}{\text{розповідь ("що?")}}$$

Наративні тексти можна називати розповідними, бо вони завжди мають ознаку подієвості та містять виклад певної історії (слово *наративний* походить від лат. narrare "*оповідати*"). Ключовою фігурою комунікації у наративних текстах є **наратор** – "той, хто розповідає в тексті" [Ткачук 2002, 83]. За М. Зубрицькою, наратор у розповідному тексті – це "голос, який промовляє, відповідає за акт нарації, оповідаючи про подію як "правдиву історію" [Антологія 2001, 799]. Наратор, що належить не до реального, а до текстуального світу, передає розповідь іншій його частині – **нарататорові**. Нарататор (фр. narrataire) є адресатом наратора, тією інстанцією, до якої звернена його розповідь [Genette 1972, 226].

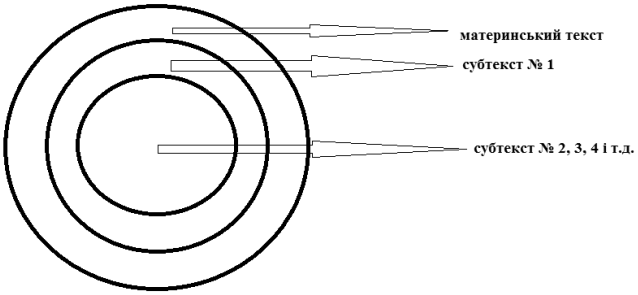
У наративних текстах прийнято виділяти подвійну структуру комунікації, адже наратор та нарататор є компонентами світу, який зображується в тексті **автором**, а адресатом авторського повідомлення постає **читач**. На відміну від наратора та нарататора, дві останні інстанції існують у реальному світі: автор є конкретною особою, існування якої не обмежене текстом. За О. Ткачуком, "реального чи справжнього автора не слід змішувати із прихованим автором наративу або наратором; на відміну від них, він не є властивим наративу чи виведним з нього" [Ткачук 2002, 6]. Читач, як і автор, є певною особою, яка сприймає твір як авторське повідомлення і так само існує поза текстом [Шмид 2003, 41]. Подвійну структуру комунікації в наративному тексті можна зобразити у вигляді схеми [Шмид 2003, с. 35]:

Як бачимо, нараторська комунікація є складовою частиною авторської, причому відноситься саме до зображуваного автором світу, адже і наратор, і його уявний адресат, і повідомлення, яке йому передається, формуються авторською уявою.

В "Історії…" Геродіана простежуємо такий конструктивний прийом, який може бути кваліфікованим як "текст у тексті": тобто, в тексті вичленовуємо інший текст, який Ю. Лотман називає "текстом-кодом". Згідно з Ю. Лотманом, існують дві діаметрально протилежні за своїм змістом функції текстів культури, одна з яких пов'язана з "адекватною передачею значень", а інша – з "породженням нових смислів" [Лотман 2000, 425]. Остання функція стосується текстів культури, суттєвою структурною ознакою яких є "внутрішня неоднорідність". Текст у другій своїй функції "являє собою будову, сформовану як систему різнорідних семіотичних просторів, у континуумі яких циркулює певне вихідне повідомлення" [Лотман 2000, 425]. Така семіотична конструкція нагадує принцип лялькової "матрьошки", коли в так званий "материнський" текст вкладаються (вживлюються) інші субтексти, що породжує виникнення нових смислових можливостей, тобто робить текст генератором нових ідей та смислів.

Для текстів у другій функції може бути застосована "бахтінська" методика розшарування основного тексту на субтексти. "Якщо методика Пропа, – роз'яснює Ю. Лотман, – орієнтована на те, щоб з різних текстів, уявивши їх як пучок варіантів одного тексту, вирахувати єдиний текст-код, що лежить у їхній основі,

то методика Бахтіна, починаючи з "Марксизму і філософії мови", протилежна: в єдиному тексті вичленовуються не тільки різні, але, що є особливо істотним, взаємонеперекладні субтексти" [Лотман 2000, 427]. Взаємонеперекладні (іншими словами – "незрозумілі" з точки зору даної системи) субтексти вступають у діалогічні відносини з "материнським" текстом, створюючи ефект поліфонії. Така семіотична ситуація графічно може бути змальованою й осмисленою у вигляді концентричних кіл (ярусів), коли кожен з них являє собою той чи інший варіант організації семіотичного простору, а їхня контамінація спричиняє формування єдиної цілісної системи різнопланових, але взаємопов'язаних внаслідок цілеспрямованого накладання один на одного семіотичних просторів:



Характерною для зазначеної семіотичної моделі є проблема маркування внутрішніх кордонів, які відокремлюють текст від субтексту або ж субтекст від іншого субтексту. Ці кордони (інакше – рамки) текстів покликані розмежовувати текстові інформаційні поля різного способу кодування.

Яскравим прикладом конструктивного семіотичного прийому "текст у тексті" є одинадцята частина першої книги "Історії…" Геродіана [Herod.1.11]. У трактаті оповідається про складні перипетії історії влади у Римській імперії, що ознаменували початок кризи III ст. Всебічний аналіз цього твору як історіографічної пам'ятки міститься в роботах Ф. Кольба [Kolb 1972], А. Кемезиса [Kemezis 2014] та ін. Тут обмежимося стислим оглядом тієї частини сюжетної лінії Геродіанової праці, яка нас цікавить.

У попередніх частинах (Herod.1.1, Herod.1.10) Геродіан повідомляє про замахи на імператора Комода, яким тому, однак, вдалося запобігти. Зокрема, йдеться про змову імператорової сестри Луцілли з начальником кінноти Перенніем, а також про розбійницькі заворушення, які в часи правління Комода відбувалися в Іспанії та Галлії. У першому випадку змову було розкрито завдяки мандрівному філософові, який на театральній виставі публічно повідомив імператорові про замах, що його проти нього готували домочадці. Бандитські повстання в провінціях увінчалися замахом на Комода, організованим вождем заколотників колишнім солдатом Матерном. Убити імператора планувалося під час урочистої процесії на честь свята Богині-Матері. Однак і цього разу змовникам не вдалося досягти своєї мети. Проте відбулося інше: саме після другого замаху Комод став по-справжньому деспотичним правителем, в імперії і насамперед серед близького оточення імператора, почалися масштабні репресії. Геродіан вважає за потрібне вставити у свою розповідь легенду про перевезення статуї до Риму та про диво, показане римлянам засудженою за найтяжчий гріх весталкою, завдяки якому стало можливим транспортування статуї вгору річкою Тибр [Herod.1.11].

Цей опис, згідно з канонічними правилами розбудови "тексту в тексті", має характерне наративне обрамлення (рамки) у вигляді двох звернень-повідомлень (вступного й заключного), адресованих наратором нарататору (тобто тим грекам, які сприймаються як сучасники наратора-оповідача):

– 1-е повідомлення: θρησκεύουσι δὲ μάλιστα τὴν θεὸν τήνδε Ῥωμαῖοι ἐξ αἰτίας τοιαύτης, ὡς ἱστορίᾳ παρειλήφαμεν, ἧς ἐπιμνησθῆναι ἔδοξε διὰ τὴν παρ᾽ Ἑλλήνων τισὶν ἀγνωσίαν *римляни ж дуже шанують цю богиню з наступної причини, як ми дізналися з переказу; пригадати її видається доречним через незнання деяких греків*;

– 2-е повідомлення: τοσαῦτα μὲν δὴ περὶ τῆς Πεσσινουντίας θεοῦ φιλοτιμότερον ἱστορήσθω, οὐκ ἄχαριν ἔξοντα γνῶσιν τοῖς τὰ Ῥωμαίων οὐκ ἀκριβοῦσιν *хай цього, що я розповів*

про пессінунтську богиню, буде достатньо, щоб для тих, хто не є обізнаним у римських справах, це пізнання не було неприємним [Herod.1.11].

Читач, ступінь "наратологічної" підготовки якого не дозволяє йому розрізняти межі двох основних рівнів комунікації в наративних творах (авторської та нараторської), в даному випадку може засвоїти, помилково прийнявши за концептуальну, точку зору наратора як єдину з можливих, а саме: пояснити для себе факт включення в основний текст оповіді наратора опису пессінунтської статуї необхідністю, як на цьому і наголошує той самий наратор, надати нарататорам-грекам відомості про специфічні особливості відправлення культу богів у римлян.

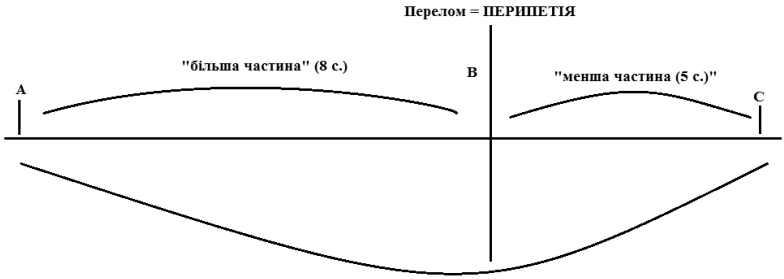
Проте вдумливий читач, читач з розвиненим естетичним чуттям неодмінно "наштовхнеться" в цьому тексті на те, що В. Ізер вдало назвав "лакуною", – терміном, під яким він розуміє блокування протікання речень (коли наступне речення не має відчутного зв'язку з попереднім, яке ми щойно продумали, – тоді в потоці думки відбувається блокада) [Антологія 2001, 355]. "Нестиковка" опису статуї та неочікуваного й до певної міри алогічного переходу до розповіді про Комода дасться взнаки: абстрактний читач (ідеальний реципієнт) мимоволі запідозрить тут подвійну загодованість інформації – одна її частина (власне, опис статуї) передаватиметься за допомогою **міфологічного** коду, а інша (звернення оповідача до нарататора) – за допомогою коду **історичного** (історично-довідкового).

Між тим, ця лакуна в тексті Геродіана функціонально є не лише власне лакуною, а отже, одним з основних прийомів наративної стратегії, але й, як вище було сказано, важливим конструктивним елементом твору – "текстом у тексті". При цьому мусимо зазначити, що "текст у тексті" (опис пессінунтської статуї) перебирає тут на себе провідну в композиційному й концептуальному планах роль: він, за нашими спостереженнями, водночас збігається, з одного боку, з моментом *перипетії*, характерним, за Аристотелем, для структури трагедії, а, з іншого, – з феноменом "*золотого перетину*".

Як відомо, принцип "золотого перетину" полягає в наявності такого співвідношення частин цілого, згідно з яким більша частина так відноситься до меншої, як ціле – до більшої частини: AB : BC = AC : AB (що відповідає числовим значенням у таких пропорціях:

5 : 3 = 8 : 5; 8 : 5 = 13 : 8 тощо).

Те, що опис пессінунтської статуї ("текст у тексті") виконує особливу конструктивну роль, підтверджується його знаковою позицією в композиційній структурі I книги Геродіана: момент опису статуї збігається з "золотим перетином". Так, "ціле" I книги становить 13 сторінок (11 кеглем, інтервал 1.0), "більша частина" (разом з описом статуї) – 8 сторінок, "менша частина" – 5 сторінок. Згідно з Аристотелем, у трагедії як літературному жанрі перипетія (момент найвищої напруги сценічної дії, після якого події розгортаються у незворотному й передбаченому вже напрямі) завжди супроводжується наявністю того, що в подальшому отримало назву "золотого перетину". Порівняємо у Аристотеля кілька характерних висловів з його "Поетики": а) "…трагедія є наслідуванням дії не лише завершеної, але й такої, яка вселяє співчуття і страх, а це найчастіше за все буває, коли щось одне несподівано виявляється наслідком іншого…" [Arist.Poet.1452a]; б) "Нами прийнято, що трагедія є наслідуванням дії завершеної та цілої… А цілим є те, що має початок, середину і кінець. Початок є тим, що саме не йде з необхідністю за чим-небудь іншим, а, навпаки, за ним природно існує або виникає щось інше. Кінець, навпаки, є тим, що саме природно йде за чимось за необхідністю або після більшої частини, за ним нічого іншого не йде. Середина ж є тим, що і саме за чимось іде, і за яким щось іде" [Arist.Poet. 1450b]; в) "Перелом (περιπέτεια)… є зміною дії на свою протилежність, і при цьому… зміною імовірною або необхідною" [Arist.Poet.1452a]. Враховуючи сказане Аристотелем, композиційну структуру I книги Геродіана можна зобразити так:



Чому ж фрагмент з описом пессінунтської статуї слід сприймати як момент перипетії у І книзі "Історії…" Геродіана? Він, на нашу думку, засвідчує переломний момент у внутрішньому світі головного героя І книги – Комода – і знаменує своєрідну "точку неповернення" – неминучу його духовну і душевну деградацію. Як ми дізнаємося з контексту (і ця подія передує описові пессінунтської статуї), на Комода під час урочистої процесії, коли римляни мали звичай нести статую богині-Матері, мав бути здійснений замах, і лише через зраду в середовищі заколотників імператор уник смерті. В результаті зрозумілими стають лінія поведінки і логіка вчинків Комода, про які сповіщає наратор одразу після опису статуї в 11-й частині першої книги: ὁ δὲ Κόμοδος ἐκφυγὼν τὴν Ματέρνου ἐπιβουλὴν πλείονί τε περὶ αὑτὸν ἐχρῆτο φρουρᾷ καὶ σπανίως τοῖς δήμοις ἐπεφαίνετο, τὰ πλεῖστα ἐν προαστείοις καὶ τοῖς ἀπωτέρω τῆς πόλεως βασιλικοῖς κτήμασιν διατρίβων καὶ ἑαυτὸν δικαστηρίων ἀπείργων καὶ βασιλικῶν πράξεων *Комод же, врятувавшись від змови Матерна, оточив себе більшою охороною й рідко являв себе народові, проводячи більшу частину часу в передмістях та в імператорських маєтках подалі від міста й відсторонюючись від вершення суду та царських справ* [Herod.1.11].

Виходить, Комод, по суті, фактично відсторонився від виконання своїх обов'язків імператора не тому, що побоявся чергового замаху на себе (як це могло би "читатися" на рівні нараторської комунікації), а, згідно з міфологічним кодом (божий суд над жрицею в історії про пессінунтську богиню корелюється

з божим судом над Комодом; якщо жриця після усвідомлення неминучості божественного суду залишилася праведною, то імператор мав усвідомити, що кара богів не оминає і його), саме тому, що злякався кари богів за свої попередні злочини. Проте, як стає очевидним, реакція його на "кару божу" виявилася душевно нікчемною: замість того, щоб, усвідомивши свій гріх, почати змінювати себе, свою внутрішню сутність на краще, він приймає рішення самоусунутися, причому в обох можливих значеннях цього поняття – і від управління імперією, і від боротьби із самим собою. Наслідки такого переломного рішення негайно даються взнаки: вся подальша історія Комода – це історія його швидкого морального падіння й духовного виродження, адже невдовзі після цього він швидко перетворюється на серійного вбивцю (спочатку – тварин, а згодом і людей, – *див*. частини 13, 14, 15 – описи гладіаторських боїв, репресій та божевільних витівок головного героя), на якого, за логікою речей, чекає прогнозована безславна й насильницька смерть (частини 16, 17).

Таким чином, "текст у тексті" виконує в І книзі Геродіана не лише роль конструктивної ("золотий перетин"), але й смислової (концептуальної) основи твору: перипетія (і пов'язана з нею зміна внутрішнього світу головного героя) стає очевидною і може бути проаналізована лише на рівні авторської комунікації та, водночас, виявляється недоступною для усвідомлення на рівні комунікації нараторської. Застосування у творі Геродіана конструктивного прийому "текст у тексті" красномовно свідчить про необхідність розмежування авторської та нараторської комунікацій в історіографічних творах, адже, як бачимо, саме авторська комунікація перебирає на себе функцію розбудови латентної концептуальної основи твору.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антологія світової літературно-критичної думки XX ст. / За ред. Марії Зубрицької. 2-е вид., доповнене. – Львів : Літопис, 2001. – 832 с.

2. *Бремон К.* Структурное изучение повествовательных текстов после В. Проппа // Семиотика : Антология / Сост. Ю. С. Степанов. Изд. 2-е, испр. и доп. – М. : Академический Проект; Екатеринбург : Деловая книга, 2001. – С. 472–479.

3. *Греймас А.-Ж.* Размышления об актантных моделях // Французская семиотика: От структурализма к постструктурализму / Пер. с фр. и вступ. ст. Г. К. Косикова. – М. : Издательская группа "Прогресс", 2000. – С. 153–170.

4. *Лотман. Ю. М.* Семиосфера. – СПб : Искусство-СПБ, 2000. – 704 с.

5. *Ткачук О. М.* Наратологічний словник. – Тернопіль : Астон, 2002. – 173 с.

6. *Шмид В.* Нарратология. – М. : Языки славянской культуры, 2003. – 312 с.

7. *Genette, Gérard*. Discours du récit. – Paris : Editions Du Seuil, 1972. – 268 p.

8. *Kemezis Adam M*. Greek narratives of the Roman empire under the Severans: Cassius Dio, Philostratus and Herodian. – Cambridge : Cambridge University Press, 2014. – 335 p.

9. *Kolb, F*. Literarische Beziehungen zwischen Cassius Dio, Herodian und der Historia Augusta. – Bonn: Habelt Verlag, 1972, VII. – 342 S.

10. *Lévi-Strauss,* Claude. Anthropologie structurale. – Paris : Pion, 1958. – 454 p.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. *Aristotelis* Poetica. www.perseus.tufts.edu.

2. *General* Introduction to Narratology. www.cla.purdue.edu.

3. *Herodiani* Ab excessu divi Marci libri octo. http://pot-pourri.fltr.ucl.ac.be.

Стаття надійшла до редакції 24.04.15

Ф. В. Довбищенко, магистрант,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

Коммуникативная структура і книги трактата геродиана "история после марка аврелия"

В статье исследована коммуникативная структура I книги трактата грекоязычного историка III в. н.э. Геродиана "История после Марка Аврелия", установлен принцип функционирования приема "текст в тексте". Доказано, что использование этого приема связано с необходимостью разграничения авторской и нараторской коммуникации в историограческих сочинениях, поскольку именно авторская коммуникация выполняет функцию построения латентной концептуальной основы произведения.

Ключевые слова: *структура коммуникации, прием "текст в тексте", грекоязычная историография, позднеэллинистический период.*

F. Dovbyshchenko, Master Student
The Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

The structure of communication of the book one of herodian's treaty "the history of the roman empire"

In the article the structure of communication as well as the principle of functioning of the "text in text" method of the first book of Herodian's "History of the Roman empire" are being analyzed. It is proved that using this kind of method stems from the necessity to deliniate author's and narrative communication in

historiographic narratives, since it is the author's communication that serves as a builder of latent-conceptual basis of a narrative.

Keywords: *communication structure, the "text-in-text" method, Greek historiography, late-hellenistic period.*

УДК 811.14'02:81'42

К. М. Докучаєва, студ.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ОБРАЗ АЇДА В ДАВНЬОГРЕЦЬКІЙ ЛІТЕРАТУРІ ТА МІФОЛОГІЇ: КОГНІТИВНИЙ І ЛІНГВОКУЛЬТУРОЛОГІЧНИЙ ВИМІРИ

У статті досліджено способи вербалізації уявлень стародавніх греків про царство мертвих та його володаря, визначено міфи, у яких описується Аїд як бог та царство мертвих, проаналізовано мовні засоби зображення Аїда у давньогрецькій літературі, розглянуто гносеологічний аспект уявлень греків про потойбічний світ, зокрема встановлено взаємозв'язок Аїда з таємним знанням, якого можна було досягнути після смерті.

Ключові слова: *вербалізація, давньогрецька мова, давньогрецька література, давньогрецька міфологія, Аїд, царство мертвих, хтонічні культи, знання.*

Уявлення стародавніх греків про потойбічний світ були предметом дослідження у працях А. Ф. Лосєва [Лосев 1996], А. А. Тахо-Годі [Тахо-Годи 1989], Р. Грейвса [Грейвс 1992], Д. Л. Міллера [Miller 1978], С. Дж. Макі [Mackie 1999] та ін. Ці вчені досліджували взаємозв'язок Аїда з іншими давньогрецькими богами, зокрема, з Діонісом [Miller 1978], аналізували образ Аїда у поемах Гомера [Mackie 1999], проте вербалізація уявлень стародавніх греків про підземний світ та його володаря у творах давньогрецької літератури залишилася поза увагою вчених. Отже, **актуальність** даного дослідження зумовлюється недостатнім висвітленням у науковій літературі образу Аїда в давньогрецьких творах, а також необхідністю дослідження мовної репрезентації уявлень стародавніх греків про потойбічний світ з позицій лінгвокогнітології та лінгвокультурології. **Мета даної статі** – дослідити вербалізацію давньогрецьких уявлень про потойбіччя, зіставити репрезентацію царя мертвих у різних міфо-

логічних системах Стародавнього світу, встановити взаємозв'язок Аїда з іншими давньогрецькими хтонічними божествами. **Об'єкт дослідження** – образ Аїда у давньогрецькій літературі та міфології, а **предмет дослідження** – вербалізація уявлень про Аїда/Плутона як бога підземного світу та Аїд/Тартар як царство мертвих у давньогрецькій літературі. Матеріали дослідження – поеми Гомера та Гесіода, гомерівські гімни, давньогрецькі трагедії класичної доби, комедія Аристофана "Жаби".

У давньогрецькій міфології існував чіткий поділ богів на небесних та хтонічних. Хтонічні божества асоціювалися з сільським господарством, яке відігравало провідну роль у житті простих людей; а також смертю та життям у потойбічному світі [Burkert 1958, 56]. На відміну від жертвоприношень на честь небесних богів, жертви хтонічним богам приносилися вночі, жертовні тварини мали бути чорного кольору, крім того, вся жертовна тварина присвячувалася божеству, а також було заборонено вживати м'ясо жертовної тварини [Mikalson 2010, 37–38].

До хтонічних божеств належали боги, хтонічність яких була головною ознакою їх єства, зокрема Деметра, Персефона, Геката й Аїд. Певні ознаки хтонічності можна спостерігати також у богів, які формально належали до небесних, проте за своїми атрибутами та функціями були пов'язані з потойбіччям, зокрема, Гермес, Аполлон, Зевс та Геліос.

Серед небесних богів превалювали божества чоловічого роду, натомість серед хтонічних – жіночого. Люди уникали вживання їхніх імен і замість них використовували описові мовні засоби, щоб не накликати на себе біди. Саме тому в давньогрецькій літературі хтонічні божества мають надзвичайно багато табуїстичних епітетів, описуються за допомогою евфемізмів та перифразів. Характерною особливістю хтонічних божеств є дуальність їхньої сутності: кожне хтонічне божество має альтернативну нехтонічну сутність, пов'язану або з Олімпом, або з іншими сферами світу (море, небо тощо). Єдиним винятком постає цар потойбіччя, адже лише Аїд не має прямого зв'язку з Олімпом та небесними богами, він повністю належить царству мертвих.

Уявлення давніх греків про Аїд/Тартар як потойбічний світ та його місцезнаходження надзвичайно неоднозначні та суперe-

чливі. У більш давніх джерелах засвідчене розрізнення понять Аїду і Тартару. Так, за Гомером, Тартар знаходився глибоко під землею, "настільки ж далеко від Аїда, як і небо від землі" (Hom. Il. 8, 14–16). Проте вже Гесіод ототожнює ці два поняття, коли говорить, що *ψυχὴ δὲ Ἄιδόσδε κατῆεν Τάρταρον ἐς κρυόεντ'* "душа сходить до Аїду, до крижаного Тартару" (Hes. Scut. 254). Звідси можна зробити висновок, що ототожнення Аїду і Тартару відбулося у VIII–VII ст. до н. е.

У давньогрецькій міфології збереглася невелика кількість міфів про потойбічний світ, які можна умовно поділити на три групи: 1) міфи про героїв, які за життя побували у царстві мертвих і яким пощастило вийти звідти живими (міфи про Орфея, Геракла та Тесея); 2) міфи про людей, героїв та титанів, які за свої гріхи отримали в царстві мертвих особливе покарання (міфи про Тітія, Сізіфа і Тантала); 3) міфи про людей, яким пощастило хоча б ненадовго повернутися з царства мертвих уже після своєї смерті (міфи про Тантала, Прокесілая, Алкесту, Семелу). Усі ці міфи об'єднують уявлення про царство мертвих як про місце, котре неможливо було надовго залишити, а розголошення набутого знання про яке жорстоко каралось.

Окремо слід сказати про найбільш частотний епітет Аїду як царства мертвих, а саме – "чорний", що представлений в давньогрецькій літературі в таких варіантах як *κελαινός* "чорний" (Aesch. Prom. vinct. 433, 1051), *μελαμβαθής* "той, що чорніє своєю глибиною" (Aesch. Prom. vinct. 219), *κνεφαῖος* "темний" (Aesch. Prom. vinct. 1029). За уявленнями стародавніх греків темрява, що панувала у потойбічному світі, не була простою відсутністю світла, натомість це була первісна темрява, де залягали "початки і кінці всього сущого" (Hes. Theog. 736–739). У цілому, Аїд поставав місцем, яке не можна було бачити ані живим людям, ані самим богам. Він був чимось таємничим, страшним і забороненим, але тільки до часу смерті кожної людини. Через це можна припустити, що "чорність" Аїду – це не наслідок відсутності в ньому денного світла, проте наслідок того, що греки нічого про потойбічний світ не знали.

До нашого часу збереглася незначна кількість давньогрецьких міфів, у яких головним героєм є Аїд як володар підземного світу. Серед них найбільш важливим постає міф про викрадення Аїдом Персефони. За сюжетом, Персефона мала змогу проводити дві третини року зі своєю матір'ю Деметрою на Олімпі, проте на третину року мала повертатись до Аїда. Дослідники вважають, що Персефона постає володаркою потойбіччя більшою мірою, ніж Аїд, оскільки воскресіння як один з головних атрибутів царя мертвих належить Персефоні, а не Аїду, на противагу, наприклад, Осірісу у давньоєгипетській міфології [Мифы народов мира 2005, 26].

Крім того, на відміну від царя мертвих інших міфологічних систем Стародавнього світу, Аїд не виконує функції судді у потойбіччі, як знову ж таки Осіріс у давньоєгипетській міфології [Коростовцев 1976, 253]. За уявленнями греків Аїд не є злою, жорстокою силою і не вважається ворогом людей, з яким вони мають боротись, як наприклад, у шумерській та аккадській міфологіях [Крамер 1977, 134]. Як уже зазначалося, він не постає суб'єктом воскресіння, а тому не має у собі дуальності наземного та підземного світів. Функції царя мертвих виконує Персефона, а Аїд, за уявленнями греків, просто існує у потойбічному світі, знання про який вкриті суцільною темрявою.

В давньогрецькій літературі Аїд постає богом, у характеристиці образу якого неабияке значення відіграє мотив знання. Аїд, як і інші хтонічні боги, володіє знанням. Проте, на відміну від них, саме через відсутність в образі Аїда дуальності, яка притаманна всім інших хтонічним богам, його знання є всеосяжним: він відає і про минуле, і про теперішнє, і про майбутнє. У комедії Аристофана "Жаби" Аїд відпускає Есхіла з підземного світу завдяки наявності в останнього необхідного знання з такими словами: *σῶζε πόλιν τὴν ἡμετέραν γνώμαις ἀγαθαῖς, καὶ παίδευσον τοὺς ἀνοήτους* "допомагай полісу нашому знаннями добрими і навчи нерозумних" (Aristoph. Ranae 1500–1504). Саме через володіння таємним знанням, за уявленнями греків, людина могла надбати в царстві мертвих щасливе життя, що на рівні культури знайшло відображення в Елевсінських містеріях, най-

більш таємничому культі Давньої Греції, заснованому Деметрою після викрадення Персефони. У гомерівському гімні до Деметри знаходимо такі слова про Елевсінські містерії: *ὄλβιος ὃς τάδ᾽ ὄπωπεν ἐπιχθονίων ἀνθρώπων· ὃς δ᾽ ἀτελὴς ἱερῶν, ὅς τ᾽ ἄμμορος, οὔ ποθ᾽ ὁμοίων αἶσαν ἔχει φθίμενός περ ὑπὸ ζόφῳ εὐρώεντι* "щасливі ті з народжених людей, хто таїнства бачив; той же, хто не виявив благочестя, сердешний, не матиме таку ж щасливу долю, коли завершить свій земний шлях у затхлій підземній темряві" (Hymn. Hom. in Cer. 480-483). У діалозі "Федон" Платон зазначає, що тільки після розлучення з тілом у потойбічі можна отримати вище знання (Pl. Phaed. 66 e).

У давньогрецькій літературі Аїд отримує багато табуїстичних епітетів, евфемістичних або перифрастичних імен. Саме ім'я *Ἅιδης* означає "невидимий", а його найбільш вживана альтернатива *Πλούτων* – "багатий". Загалом, усі знайдені під час дослідження епітети можна поділити на декілька груп: 1) епітети Аїда як царя мертвих, наприклад: *νεκροδέγμων* "приймаючий мертвих" (Aesch. Prom. vinct. 152), *νεκρῶν σωτήρ* "рятівник мертвих" (Aesch. Agam. 1387), *πολυσημάντωρ* "той, що панує над багатьма" (Hymn. Hom. in Cer. 376), *ἐνέροισι καταφθιμένοισιν ἀνάσσων* "володар померлих, що знаходяться в підземному царстві" (Hes. Theog. 850); 2) епітети, що вербалізують зовнішні риси Аїда, наприклад: *κυανοχαίτης* "темноволосий" (Hymn. Hom. in Cer. 347), *ὁ μελαγχαίτας θεός* "чорноволосий бог" (Eur. Alcest. 438); 3) епітети, у яких міститься негативна оцінка Аїда, наприклад: *ἐχθρός* "ненависний" (Aesch. Septem contra Thebas, 869), *θεῶν ἔχθιστος* "найбільш ненависний з богів" (Aesch. Fragm.Tetr. 28, A, 279b2, 1), *στυγερός* "ненависний" (Hymn Hom. In Cer. 395), *ἴφθιμός* "владний, страхітливий" (Hes. Theog. 455), *ἀμείλιχος ἠδ᾽ ἀδάμαστος* "невблаганний, невідворотний" (Hom. Ili. 9, 158) та ін.

Можна зробити висновок, що Аїд у давньогрецькій міфології постає як таємна містична сутність, яка відкривається людині лише у потойбіччі. Основним мотивом зображення Аїда у давньогрець-

кій міфології є мотив вищого знання, яке надавалося після смерті і було невидимим для живих людей, страшним, жахаючим і невблаганним (*Ἅιδης* означає "невидимий"), але таким, що вважалося неймовірним багатством (*Πλούτων* означає "багатий").

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Грейвс Р.* Мифы Древней Греции / Р. Грейвс ; [пер. с англ. К. П. Лукьяненко ; Под ред. и с послесл. А. А. Тахо-Годи]. – М. : Прогресс, 1992. – 620 с.

2. *Коростовцев М. А.* Религия древнего Египта / М. М. Коростовцев. – М.: Наука: Главная редакция восточной литературы изд-ва, 1976. – 336 с.

3. *Крамер С. Н.* Мифология Шумера и Аккада // Мифологии Древнего Мира ; под ред. В. А. Якобсона. – М.: Наука, 1977. – 456 с.

4. *Лосев А. Ф.* Мифология греков и римлян / А. Ф. Лосев ; [Сост. А. А. Тахо-Годи ; Общ. ред. А. А. Тахо-Годи и И. И. Маханькова]. – М. : Мысль, 1996. – 975 с.

5. *Мифы народов мира*. Большая серия знаний [Текст]: коллектив авторов / Под ред. Т. Зыковой. – М.: ООО ТД "Издательство Мир книги", 2005. – 128 с.

6. *Тахо-Годи А. А.* Греческая мифология / А. А. Тахо-Годи. – М. : Искусство, 1989. – 304 с.

7. *Burkert Walter* Greek Religion / W. Burkert. – Harvard University Press, Cambridge, Massachusetts, 1985. – 493 p.

8. *Mackie C. J*. Scamander and the Rivers of Hades in Homer // The American Journal of Philology, Vol. 120, No. 4, 1999. – pp. 485–501.

9. *Mikalson Jon D.* Ancient Greek Religion / J. D. Mikalson ; [2nd edition]. – Hong Kong: Wiley-Blackwell, 2010. – 256 p.

1. *Miller David L.* Hades and Dionysos: The Poetry of Soul // Journal of the American Academy of Religion, Vol. 46, No. 3, 1978. – pp. 331–335.

Стаття надійшла до редакції 27.04.15

Е. М. Докучаева, студ.
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

Образ Аида в древнегреческой литературе и мифологии: когнитивный и лингвокультурологический аспекты

В статье исследованы способы вербализации представлений древних греков о царстве мертвых и его владыке, определены мифы, в которых Аид описывается как бог и как царство мертвых, проанализированы языковые средства изображения Аида в древнегреческой литературе, рассмотрен гносеологический аспект представлений греков о потустороннем мире, в частности установлена связь Аида с тайным знанием, которое можно было обрести после смерти.

Ключевые слова: *вербализация, древнегреческий язык, древнегреческая литература, древнегреческая мифология, Аид, царство мертвых, хтонические культы, знание.*

K. Dokuchaieva, Student
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

The Image of Hades in the Ancient Greek Literature and Mythology: Cognitive and Linguoculturological Perspectives

The article deals with the verbalization means of the Ancient Greeks' conception of the Underworld and its Lord, the article contains the definition of the myths, in which Hades is described as a god and as the realm of the dead, the analysis of language means which represent Hades in Ancient Greek literature is given, the gnosiological aspect of the Greeks' conception of the Underworld is examined, in particular an interconnection between Hades and secret knowledge, that could be only achieved after death, is outlined.

Keywords: *verbalization, Ancient Greek, Hades, Underworld, chthonic cults, knowledge.*

УДК 821.133.1.131 П. Модіано

Н. В. Доценко, асист.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ІНТЕРМЕДІАЛЬНІ СТРАТЕГІЇ ВІДОБРАЖЕННЯ ПАМ'ЯТІ У ПРОЗІ ПАТРІКА МОДІАНО

У статті розглядаються інтермедіальні стратегії у прозі Патріка Модіано, а саме ті художні прийоми, що суголосять засадам кінематографічних технік, зокрема "монтажне бачення" та різні моделі репрезентації, запроваджені відомим режисером, засновником теорії "кіноока", Д. Вертовим. Досліджено особливості відображення мнемонічних процесів у романах автора та виявлено типові моделі активації індивідуальної пам'яті.

Ключові слова*: кіностратегії, пам'ять, інтермедіальність.*

Романи Патріка Модіано становлять приклад "мистецтва пам'яті", за що письменник отримав Нобелівську премію 2014-го року. Звертаючись до теми пам'яті, автор застосовує різноманітні художні прийоми, зокрема ті, які створюють ефект візуалізації слова, що надає його творам інтермедіального характеру. Досліджуючи тексти Патріка Модіано, відмічаємо наявність стратегій, притаманних мистецтву кінематографа, яке, певною мірою, стало знаковим у наративних трансформаціях романного

простору у XX–XXI ст. На початку XX ст. художні експерименти режисерів формували новий погляд не тільки на засоби зображення дійсності, а й на людину, захоплену епохою технічного прогресу. У другій половині XX ст. досвід кінематографістів увійшов до мистецького арсеналу різних культурних сфер. У літературі Франції, з виникненням нового роману, художні кіностратегії склали основу багатьох літературних творів. А з розвитком технічного забезпечення, коли кінематограф став невід'ємною частиною людської реальності, вплив його мистецьких технік на літературу став незворотнім.

З появою фотоапарата людина змогла зупинити невпинний рух життя, навіки закарбувавши його момент на фотоплівці, а кінематограф дозволив поєднати кадри у часовому плані і створити враження плину життя. Ален Роб-Грійє одним із перших поєднав ідеї кінематографічної зйомки з літературним текстом, започаткувавши принцип серіальності (повторення певних "кадрів") у літературі. Художній текст вже не мав чітких сюжетних меж, а перетворювався на кружляння по колу. У 60-ті роки А. Роб-Гріє впроваджує у літературу інший кінематографічний прийом – прийом "тревелінгу", суть якого полягала у тому, що зйомка відбувалася у русі, камера то віддалялася, то наближалася до об'єкта, таким чином втрачалась чіткість зображення, об'єкт зйомки опинявся ніби в тумані. У літературі цей метод дозволив авторам-новороманістам вийти за межі певного усталеного сприйняття парадигми роману і створити кардинально новий погляд на художній текст [Фесенко В.І., с. 187–192].

Художні засоби відтворення дійсності, зокрема монтажні техніки, створені режисерами, були спрямовані на розвиток естетичної складової. Такий вектор мистецького дослідження не знайшов підтримки тих кінематографістів, які прагнули зображати життя таким, як воно є. Одним з відомих прихильників істинного відтворення реальності став Дзиґа Вертов, творчі досягнення якого мали вагомий вплив на подальші мистецькі пошуки у різних мистецтвах, зокрема в літературі. На відміну від своїх колег Д. Вертов закликав до збереження "правди у мистецтві" [Вертов Д., с. 5]. Зображення "кіноправди" за Д. Вертовим, вимагало від кінематографістів відмовитися від художньо орієнто-

ваних тактик. Справжніми декораціями він вважав виключно оточуючий світ, акторами в якому виступають прості люди, його сучасники. Д. Вертов намагався відтворити життя, додаючи власне бачення, ракурс якого лише вказував на "гострі кути", в жодному разі не затьмарюючи правду суб'єктивізмом. Його новаторські ідеї склали основу поетики документального фільму. Відмовляючись від досвіду попередників, від видовищних театрально обумовлених картин, він закликав кінематографістів "вийти у чисте поле, у простір з чотирма вимірами (3+час)" [Вертов Д., с.7]. Намагаючись досягти абсолютної точності, режисер відкинув "психологічне" у пошуках нових можливостей технічних засобів. У пошуках істини він прагнув злитися з камерою, яка обирає роль "всевидячого ока". Його революційна теорія "кіноока", дозволяла побачити на екрані те, що залишилося поза увагою. Ключовою ідеєю даного методу стала тотальна правдивість, справжність зображуваного, оскільки матеріалом виступають життєві факти, організовані у документальну історію. Монтаж документальних кадрів, часто заснований на контрастному поєднанні, дозволяв Д. Вертову розкривати зв'язок окремих явищ дійсності. Ставши першим в історії кіно документалістом, режисер відкрив не лише нові можливості у кіномистецтві, а й вивів поняття "камери" на філософський рівень, що призвело до появи нової ери світосприйняття.

Головним засобом відтворення режисер вважав камеру, позбавлену суб'єктивного впливу. На його думку, вартими уваги й фіксації постають ті рідкісні моменти, коли людина вільна й невимушена у власному середовищі. Своєю метою митець вважав, не лише документальне відображення, його цікавила реорганізація зафіксованого матеріалу в образ, який набуває повноцінної художньої виразності й філософський зміст у характерному поєднанні. Головним принципом монтажної техніки Д. Вертова постає органічне зіставлення кадрів, ключовою рисою яких виступає зорове, "оптичне" співвідношення фрагментів. Його нова формула документального фільму полягає в "монтажному "баченні"", яке пронизує усі рівні художньої організації кінотвору. На рівні зйомки необхідного матеріалу режисерові вдалося сформулювати три основні види зйомки, відтворюючи погляд без-

пристрасної камери на життя. Перший тип "кінооко і поцілунок" за Д. Вертовим відображає принцип прихованої зйомки. Другий тип – "кіноок й пожежа" – має на меті зйомку зненацька, яка могла б зафіксувати істинні емоції людини. Третій тип – "кіноока засніженої ночі" – покликаний продемонструвати плин життя, відображаючи динаміку середовища. Даний підхід дозволив режисеру максимально наблизитися до "оголеної правди" існування не лише окремого індивіда, а й суспільства. Композиційний рівень кінотвору реалізовується Д. Вертовим засобом різнопланового монтажу. Органічність монтажних фрагментів, окрім оптичної гармонії, повинні мати відповідну змістову складову, яка дозволила б заглибитися у кадр, відобразивши "стрижень" фільму [Вертов Д., с. 23].

Такий "принцип камери", започаткований Д. Вертовим, був підхоплений представниками інших мистецтв. Письменники нової хвилі зображали персонажів об'єктивно, так, ніби вони потрапили у фокус кіноапарата, а їх емоції відтворюють рухи та жести. Оточуючий світ, змальований ними, нагадував плин камери, яка, вихоплюючи зовнішнє, залишається байдужою до внутрішнього. За феноменологією Е. Гуссерля письмо являє собою "феноменологічну редукцію", яке не доводить до кінця судження-оцінку, але передбачає повну перцепцію об'єкта. Свідомість віддзеркалюється через усвідомлення об'єкта. Він постає таким, яким він є, тобто інтенціонально присутнім в акті усвідомлення. Принцип рухомої камери, її наближення чи віддалення, передбачає об'єктивне відображення оточуючого світу з метою пізнання людиною того часу та середовища, до якого вона належить [Гійере Р., с. 78]. Кінематографічні стратегії Д. Вертова у повній мірі відображають механізми пізнання людиною себе через споглядання оточуючого світу. Компонування документального матеріалу з метою його художньої організації, не втрачаючи гармонії плину життя, відтворює перцептивні процеси людської свідомості. Саме так наш мозок намагається виокремити і зіставити в окремі зв'язні ланцюги зорову чи сприйняту інформацію іншого характеру. Класифікація здійснюється постфактум, співпадаючи з психоемоційними механізмами індивідуальної пам'яті. Згадуючи своє минуле (незалежно від того якої

воно віддаленості), індивід переживає ретроспективне розгортання зафіксованих образів, що нагадує репрезентацію фільму, кадри якого складають ланцюги спогадів, розташованих у своєрідному порядку. Перенесення функції бачення на кіноапарат, тобто перетворення камери на око (перцептивний орган, за Д. Вертовим), дозволяє зіставити визначені ним типами зйомки із способами розгортання мнемонічних ланцюгів під час ретроспективного "перегляду" особистих вражень, переважно зорових, які, в свою чергу, викликали потужні емоційні імпульси, спричинивши процес глибинного самопізнання.

Спостереження за оточуючим світом або ж, за визначенням Д. Вертова, реалізація зйомки "кіноока засніженої ночі", відповідає як процесу безпосередньої перцепції, так і ретроспективній організації образних згущень, які виникають у свідомості людини повсякчас, незалежно від того чи відбувається пасивне розглядання середовища (пейзажу за вікном, будівель, вулиць, тощо), чи сприйнята інформація спливає у пам'яті індивіда. Натикаючись на несподівані деталі, які б викликали емоційний збій, у процесі споглядання, людина виявляється захопленою зненацька. Це відповідає другому типу зйомки "кінооко й пожежа". Третій тип відображення правди життя – "кінооко і поцілунок" – передбачає приховану зйомку, що відповідає процесу занурення людини у глибини власної свідомості, аналогічно до спроби пригадати щось, що залишило свій слід у пам'яті, але майже втратило чіткі обриси.

У власних романах Патріка Модіано майстерно зображає специфічні процеси людської свідомості. Сюжет, вибудований автором як мережа відокремлених фрагментів, що ретроспективно розгортаються, органічно поєднані засобами суміжності чи контрасту, відтворюють дію складних мнемонічних процесів. Герой відсторонено споглядає світ постає фіксуючою інстанцією, що перетворює його на оператора кінокамери. Водночас, окремі деталі, вихоплені поглядом "кіноапарата", привертають особливу увагу героя, який, споглядаючи їх, переживає занурення у власне минуле. Відтак, візуальна перцепція, що постає домінантною у творах письменника, постає своєрідним каналом переходу до прихованих глибин пам'яті, у той час як об'єкти, що

привернули увагу, як то фотознімки, сталі листи, будинки, вулиці, площі, стають активаторами мнемонічних механізмів свідомості героя. Досліджуючи романи Патріка Модіано спостерігаємо суголосність вживаних ним художніх стратегій відображення складних процесів пригадування із кіностратегіями Д. Вертова, зокрема "монтажне бачення" – фрагментованість оповіді; відображення "дійсності" – герой, який споглядає світ немов крізь об'єктив кінокамери; різні типи зйомки за Д. Вертовим як моделі заглиблення у товщу пам'яті.

У романі "Вілла "Смуток"" *(Villa triste, 1975)*, що розпочинається панорамним оглядом героя оточуючого світу, а згодом змінюється ретроспективним переглядом свого життя, сюжетні ланцюги розгортаються у різних часових площинах, демонструюючи наявність художніх стратегій, суголосних прийому "кіноока засніженої ночі". Споглядаючи "засніжені" часом будівлі біля вокзалу у Верхній Савойї, деякі з яких зникли безвісти, Віктор пригадує роки своєї молодості, а саме ті кілька місяців, які йому довелося провести у цій місцині. Знайомі будинки, кафе, вокзальна площа викликають з глибин його пам'яті спогади юності, а з ними відчуття смутку і туги. Таке емоційне збурення, яке запустило мнемонічний механізм свідомості головного героя, відповідає прийому зйомки зненацька, або ж "кіноока й пожежі". Невтримний вир спогадів підіймає на поверхню приховані у серці чуттєві переживання. "Тоді я помирав від страху. Страх, який не залишає мене й досі, тоді був набагато сильнішим… Оскільки найкращими точками відліку є війни, варто уточнити про яку ж війну піде мова. Про ту, яку називають алжирською, на початку шістдесятих років, в епоху, коли всі їхали до Флориди у кабріолетах, а жінки погано вдягалися. Чоловіки до речі теж. Тоді я боявся ще більше, й обрав собі цей прихисток, оскільки він був усього за п'ять кілометрів від швейцарського кордону. За найменшої загрози варто лише перепливти озеро – і ти там. Через свою наївність я вважав, що чим ближче до Швейцарії, тим далі від небезпеки. Тоді я ще не знав, що Швейцарії не існує" [Модіано П., с. 13]. Прогулюючись катером вздовж берегів Швейцарії, він відчував себе затиснутим страхом

з обох боків мов лещатами: позаду військові, а попереду безодня невідомого за примарним кордоном. Віктор також пригадує свою зустріч з молодою акторкою Івонною, до якої відчув романтичний юнацький потяг: її зелений шалик, відблиск її білосніжної шкіри у місячному сяйві. Деталі, вихоплені внутрішнім поглядом, спричиняють розгортання цілої низки образів, що суголосить прийому прихованої зйомки "кінооко і поцілунок". "Поряд з вітальнею була інша кімната, де стояв лише великий стіл із шухлядами – гадаю, саме такі столи були в управлінні колоніями – і величезне шкіряне крісло темно-зеленого кольору. Тут ми і сховалися… Підлога кабінету була встелена вовняним килимом, на який ми прилягли. Поряд із нами промінь світла сіро-блакитною стрічкою проліг поперек кімнати. Одне з вікон було напіввідчиненим, і чувся шепіт листя, що торкалося скла" [Модіано П., с. 28]. Дослідивши відтворення кінематографічних технік у романі Патріка Модіано "Вілла "Смуток"", можемо встановити послідовність композиційних позицій. Відправною точкою тут виступає споглядання, яке переривається раптовим емоційним сплеском, викликаним несподіваною обставиною чи деталлю, що призводить до занурення персонажа у шари власної свідомості. Використання моделі *спостерігання/імпульс/занурення* постає ключовою у романі письменника. Роман "Молодість" (*Une jeunesse, 1981*) також відображає подібний патерн. Оповідь розпочинається спогляданням героєм оточуючого світу: дружини, двох дітей, власного будиночку в Швейцарії. Під час одного із сімейних виїздів, дружина Оділь, наспівуватиме знайому мелодію, яка змусить героя подумки повернутися у часи їхньої молодості, пригадати їх першу зустріч і непростий шлях до сімейного щастя.

У романах "Цирк іде" (*Un cirque passe, 1992*) та "Весняний пес" (*Chien de printemps, 1993*) відзначимо іншу послідовність зазначеної моделі, а саме *занурення/імпульс/спостерігання*. Оповідь розпочинається із заглиблення героїв у власні спогади. Занурення перериваються у момент виникнення несподіваних обставин, які призводять до виникнення психоемоційного імпульсу, що постає точкою повернення персонажів на поверхню їх

свідомості. Як у романі "Цирк іде", так і у романі "Весняний пес", таким чинником постають фотографії, споглядання яких призводить до заглиблення у власні спогади. Водночас, емоційний поштовх, спричинений спогляданням фотознімків, послуговує своєрідним містком до реальності.

Оповідь роману "Дора Брюдер" (*Dora Bruder, 1997*) демонструє іншу модель активації мнемонічного процесу: *імпульс/занурення/спостерігання*. Відправною точкою тут виступає психоемоційний імпульс, який викликав процес пригадування, паралельно до споглядання героєм оточуючого світу. Збурення емоцій персонажа викликає документ – замітка про зниклу дівчинку в одній з паризьких газет. Розслідування її подальшої долі змушують героя повсякчас співвідносити маркери минулого (будинки, вулиці) з антуражем минулих років (Париж за часів окупації). Нові документи, віднайдені під час пошуку, спричиняють нові імпульси, які зображають поступове домінування мнемонічного занурення над реальним життям.

Роман "Кафе втраченої молодості" (*Dans le café de la jeunesse perdue, 2007*) демонструє поєднання кількох варіацій композиційної моделі. Оскільки оповідь роману складається з чотирьох фрагментів-історій різних персонажів, кожна з них репрезентує окремий різновид. Історія колишнього студента розпочинається із занурення ним у спогади про відвідувачів кафе "Конде" за часів його юності. Опинившись на місці цього закладу багато років потому, він бачить магазин шкіргалантереї. Разючий контраст реальності із закарбованим у пам'яті образом, вихоплює героя з лабетів минулого. Така послідовність дозволяє змалювати наступний патерн: *занурення/імпульс/споглядання*. Історія приватного детектива Кеслея розпочинається із спілкування з відвідувачами кафе "Конде" з метою дізнатися про долю Жаклін Деланк. Опинившись у кварталі її дитинства, детектива охопили відчуття схвилювання й страху. Знайомі до болю провулки спричинили виникнення емоційного сплеску, який мав би призвести до занурення персонажем у власні спогади. Натомість, відчутний імпульс викликав лише зміну ставлення до розшукуваної ним дівчини, залишивши його свідомість у потоці реаль-

ності, що відображає наступну послідовність: *споглядання/імпульс/споглядання*. Історія Лукі розпочинається зі спогадів про нелегке дитинство. Заглиблення героїні у шари власної пам'яті (втеча з батьківського дому, розчарування у шлюбі, нова втеча від чоловіка у нікуди) переривається емоційним сплеском закоханості. Намагаючись загубитися серед відвідувачів кафе "Конде", вона зустрічає Ролана, чуйне ставлення якого дало їй надію на "звільнення" від болісного минулого. Блукання вулицями нічного Парижа та споглядання "нейтральних" кварталів дозволяє вивести таку послідовність: *занурення/імпульс/споглядання*. Історія Ролана повторює зазначену вище модель аналізованого фрагмента оповіді, що демонструє домінування зворотної композиційної моделі у романі.

У романі "Горизонт" (*L'horizon, 2010*) спостерігаємо дещо інший композиційний патерн: *імпульс/занурення/споглядання*. Жан Боман намагається відновити обставини минулих часів, пригадуючи обличчя та імена людей, з якими йому довелося колись зустрічатися. Нав'язливі образи минулого постають психоемоційним імпульсом, який призводить до запуску мнемонічного механізму. Вир спогадів змушує героя зануритись у глибини власної пам'яті, пригадати чуттєву зустріч з Маргерет Ле Коз, матір з волоссям вогняного відтінку та Париж тих часів, який значно змінився сьогодні. Споглядання новобудов, зведених на місці пам'ятних для нього вулиць і кварталів, повертає героя до реальності. Він змушений усвідомити, що минуле розсіюється із зникненням свідчень його існування. Таким чином, оповідь роману відтворює своєрідну композиційну модель, в якій імпульс передує зануренню, завершуючись процесом споглядання оточуючого світу реального життя. Зазначена модель художньої побудови відображає перенесення письменником кінематографічних структуротворчих засад у полотно роману.

Використання художніх прийомів, близьких до кінематографічних технік, дозволяють Патріку Модіано створити ефект перегляду кінофільму у межах літературного твору, актуалізуючи візуальну перцептивну складову. Внутрішній світ героїв, виражений як через споглядання оточуючого середовища, так і через

"перегляд" слідів у своїй пам'яті, дозволяють відобразити переживання героїв у моменти їх зіткнення з відчуженим світом, розкрити тісний зв'язок візуальної перцепції з психоемоційним планом особистості. Відтак, залучення стратегій візуального мистецтва допомагає письменнику відобразити складні ментальні процеси, у яких задіяні як візуальної, так і вербальна складова. Оповідь романів Патріка Модіано, наділена глибиною, чуттєвістю та неповторним ефектом перебування у міжчассі, набуває інтермедіального характеру і постає прикладом візуалізації слова.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алхімія слова живого. Французький роман 1945–2000 / Навч. посіб. для вищ. навч закл.; під ред. Фесенко В. І. – К. : Промінь, 2005. – 383с.
2. Вертов Д. Статьи. Дневники замыслы / Д. Вертов – М. : Искусство, 1966 – 320 с.
3. Гийере Р. Нет больше перспективы / Р. Гийере // Вагнер как явление. – "Le Cahier Bleu". – 1933. – №4. – С. 204–205.
4. Модиано Патрик. Горизонт : [роман] / Патрик Модиано. – М. : Текст, 2010. – 157 с.
5. Модиано Патрик. Дора Брюдер : [роман] / Патрик Модиано. – М. : Текст, 1999. – 189 с.
6. Модиано Патрик. Кафе утраченной молодости : [роман] / Патрик Модиано. – С.-П. : Амфора, 2009. – 156 с.
7. Модиано Патрик. Утраченный мир : [сборник призведений] / Патрик Модиано. – М. : Виагрус, 1998. – 447 с.
8. Modiano P. Chien de printemps : [roman] / P. Modiano – P. : Seuil, 1993. – 128 p.
9. Modiano P. Une jeunesse : [roman] / P. Modiano – P. : Gallimard, 1981. – 116 p.
10. Modiano P. Villa Triste : [roman] / P. Modiano – P. : Gallimard, 1977. – 222 p.
11. Modiano P. Un cirque passe : [roman] / P. Modiano – P. : Gallimard, 1992. – 190 p.

Стаття надійшла до редакції 28.04.15

Н. В. Доценко, ассист.
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

Интермедиальные стратегии отображения памяти в прозе Патрика Модиано

В статье рассматриваются интермедиальные стратегии Патрика Модиано, в частности те, художественные приемы, которые соответствуют принципам кинематографических техник, в особенности "монтажное виденье" и разные модели репрезентации, предложенные известным режиссёром, основателем теории "киноока", Д. Вертовым. Исследованы особенности изо-

бражения мнемонических процессов в романах автора, а также выявлены типичные модели активации индивидуальной памяти.
Ключевые слова: *киностратегии, память, интермедиальность*.

N. Dotsenko, lecturer
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

The intermedial strategies of memory phenomenon representation in Patrick Modiano novels

This article highlights the intermedial strategies of Patrick Modiano novels. His narrative techniques represent the same principals as the cinema techniques have. Among them "cut-back vision" as well as the other models of representation created by famous director D. Vertov. The peculiarities of representation of the memory processes were investigated and the typical models of individual memory activation were found.
Keywords: *cinema strategies, memory, intermediality.*

УДК 811.161.2: 81'27

В. І. Дудар, студ.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, Київ

МЕДІАЛІНГВІСТИЧНА ПРИРОДА ПОЛІТИЧНОЇ МЕТАФОРИ В ЖАНРІ ТЕЛЕВІЗІЙНОГО ІНТЕРВ'Ю

У статті досліджено лінгвостилістичні особливості політичної метафори як засобу інтерпретації реальності в мас-медіа. Проаналізовано специфіку функціонування політичної метафори в жанрі інтерв'ю на Громадському телебаченні. Визначено оцінний і семантичний ресурс політичної метафорики в контексті рефлексії реципієнта на події навколишньої дійсності.
Ключові слова: *мова ЗМІ, політична метафора, жанр телевізійного інтерв'ю, оцінність, семантика*.

На початку XXI століття актуальним постає дослідження проблематики мови медіа. Як зазначає відомий дослідник Г. Солганик, "маючи величезну аудиторію, різноманітні засоби інформування і впливу, мова ЗМІ стає центром національної мови" [3, с. 8]. Загалом медійний лінгвальний ресурс охоплює та відтворює всі сфери суспільного життя, серед яких (і це закономірно) важлива роль належить політиці. Така ситуація мотиву-

ється тим, що політика як галузь державної та громадської діяльності багато в чому визначає життя соціуму. Медіамова піддається багатоаспектному, багатоплановому впливу політики, а отже, політичні цілі й установки зумовлюють мовні стратегії та тактики, побудову мовлення, загальну модальність, характер образності, мовну політику та ін. Інакше кажучи, добір слова, оцінка, яка надається через сукупність мовних засобів, відзначаються політичними та ідеологічними установками [3, с. 25].

Одним із найважливіших параметрів дослідження політичного медіадискурсу є політична метафорика. Як різновид вторинної лексичної номінації, що передбачає вироблення значення на основі зіставлення предметів за спільною ознакою [2, с. 47], метафора активно використовується в медіадискурсі для особливого моделювання лінгвальної оцінки певної політичної ситуації. Політична метафора стала невід'ємною складовою частиною текстів на відповідну тематику і є не тільки засобом залучення уваги масового реципієнта, а й дає змогу впливати на його мовну свідомість.

У нашому дослідженні звертається увага на особливості функціонування політичної метафори в жанрі телевізійного інтерв'ю, що є, на наш погляд, основою Громадського телебачення. Такий погляд на аналіз метафор, які функціонують у політичній сфері, дозволяє виявляти тенденції розвитку політичного медіадискурсу та допомагає визначити ступінь впливу змін соціально-економічного характеру на функціонування мови ЗМІ.

Період насичених революційних подій в Україні, які були відображені в телевізійних інтерв'ю, що транслювалися на Громадському телебаченні протягом 2013–2014 років, став важливим фактором перетворення метафоричної картини світу та зумовив, за визначенням А. Чудінова, період "метафоричних бур" [4] у ЗМІ.

У ході аналізу лінгвального ресурсу політичних інтерв'ю було встановлено, що в мові ЗМІ активізувалися традиційні, вже відомі метафоричні моделі, образи та, у свою чергу, перманентно з'являється ряд неологічних, оскільки метафори часто використовуються як аргументи в полеміці, динамічно змінній медійній комунікації. Вживання метафор було здебільшого викликане потребою висловити негативну оцінку, передати негативні емоції. До метафоричних моделей були залучені нові концепти,

образи, які стали актуальними у зв'язку з конкретною політичною ситуацією. Таким чином, підтверджується думка про те, що метафора є важливим мовним інструментом формування багатьох альтернатив вирішення проблемної ситуації [1, с. 12].

В аналізованих політичних інтерв'ю, що транслювалися в ефірі Громадського телебачення, зафіксовані метафори зі стертою образністю, що позначають сталі суспільні реалії (*хвиля страйків, націоналістичне крило, механізм реформ, важелі впливу, інформаційна війна та ін*).

Однак більш значну групу становлять оказіональні медійні метафори, що привертають до себе увагу реципієнта і є значимішими для дослідника. Вони переважно базуються на перенесенні властивостей живих істот на предмети та явища неживої природи. Більшість метафор, які зустрічаємо в політичних інтерв'ю, вербалізують реакцію громадських діячів, митців, політиків на активізацію демократичного руху, є засобом формування негативного образу влади, з якою народ повинен вести боротьбу. Найчастіше метафоризації піддавалися такі концепти: *"влада", "країна", "держава", "Україна", "Європа", "революція"* та ін., що загалом актуалізують відповідні об'єкти в сучасному геополітичному просторі.

Аналізуючи метафоричне наповнення концепту "влада", вказуємо, що респонденти в ході інтерв'ю найчастіше трактують владу в негативному забарвленні. Наприклад, Ю. Андрухович, відповідаючи на запитання інтерв'юера, використовує такі метафори: "*влада зробила нам **зло**", "влада намагається **посварити** Майдан"*. Стосовно влади та її відношення до країни О. Забужко використовує метафору: *"вони всі **доять** Україну"*. О. Забужко характеризує державний лад, який народ прагне змінити у ході революції, як *"режим чистого **проїдання** і **розкрадання**"*, а Р. Скрипін зауважує, що *"корупція державний механізм **роз'їла** зсередини"* та ін. Негативна оцінка діям влади надається за допомогою метафоризованих лексем (часто діалектної природи) із загальномовною або контекстуальною негативною конотацією.

Актуальним для медійних інтерв'ю є використання персоніфікації, метафоричної за своєю природою. Так, нашу країну за допомогою метафор у низці інтерв'ю зображають як людину –

соціально незахищену, хвору, нещасну, безпорадну (*"**прокляття** країна"* (Ю. Андрухович)*, "понад п'ятдесят днів **країну тіпає"*** (А. Гриценко), *"відбувається **знекровлення** нашої країни правлячим режимом"* (О. Палій), "*вся **Україна** зараз **завмерла** і просто очікує*" (А. Зінчук), *"країна ще сама себе **не усвідомила"*** (О. Забужко)*, "громадянське суспільство **розхристане"*** (Є. Глібовицький) та ін., що, відповідно, реалізує зрозумілий конотативний ресурс.

Однак із початком революції Україна та українське суспільство стають на шлях якісного розвитку, що підкреслюється антитетичними до попереднього контексту метафорами із семантикою пробудження, народження, визрівання: *"країна **змінює** себе сама в процесі", "країна не зібрана, вона тільки **народжується"*** (Л. Подерев'янський), "*суспільство не відроджується, воно прокидається"* **(**С. Поваляєва)*, "тільки зараз нація **визріла"*** (Т. Данильченко) та ін. Як бачимо, найпоширенішим типом метафор, пов'язаних із концептами "країна", "нація", "суспільство", є дієслівні. Семантика дієслівної метафори якнайповніше відбиває особливості відображення політичного дискурсу в масмедіа: дієслово позначає дію та процес, динамічні ознаки, пов'язані з якісною зміною властивостей. Саме такою динамічною та змінною є сучасна політична реальність.

Важливим для розгляду є також концепт "Європа", якому учасники інтерв'ю за допомогою метафор надають негативної оцінки. Вона зумовлена пасивністю Європи по відношенню до подій в Україні. Для передачі цієї характеристики мовці антропоморфізують Європу, зображаючи її як бездіяльну людину: *"Європа **бездіяльна"*** (Н. Гуменюк), "*Європа зараз уже **відпочиває**, але я сподіваюсь, що Європа пробудиться"* (Д. Корчинський) та ін.

Основним семантичним наповненням актуального сьогодні концепту "революція", відповідно до якого відбувається його метафоризація мовцями на телебаченні, є зміна існуючого ладу, його оновлення. Несприятлива політична ситуація, яку необхідно змінити, неодноразово окреслюється за допомогою метафори "болото". Наприклад, Ю. Андрухович, прогнозуючи майбутні суспільні зміни, стверджує: "*вирушимо з того жахливого болота, в якому перебуваємо"*. Подібну метафору вживає в інтерв'ю і

О. Ярмола, наголошуючи, що, якщо не вдасться здійснити революцію, *"...інші народи будуть розвиватися, а ми будемо знаходитись в тому самому болоті"*. Метафора революції як оновлення зазвичай несе позитивну оцінку і представлена лексемами "перезавантаження" та "перезапуск": *"в країні треба провести перезавантаження"* (О. Бригинець), *"зараз відбувається перезавантаження нашого світогляду, розуміння стосовно України, стосовно того, куди ми маємо далі рухатись" , "коли буде домовленість між теперішньою політичною владою, теперішнім майданом про перезавантаження, про перезапуск країни, то швидше за все якісь компроміси будуть зроблені"* (Є. Глібовицький) та ін. Трапляються й інші оказіональні метафори революції, наприклад, *"Майдан – це природний рефлекс українців"* (О. Палій), *"вся матриця має змінитися, має бути перестановка меблів"* (О. Забужко), *"те, що відбувається зараз – дороговказ на сотню років вперед"* (С. Вакарчук), що виявляють авторську мовну свідомість і вказують на індивідуалізацію смислового прочитання відповідних контекстів.

При метафоричному представленні революційних подій в Україні у досліджених інтерв'ю багатьма респондентами була вжита метафора, пов'язана із концептом "гра", яка містить негативну оцінку. Піддаючись метафоризації, лексема "гра" набуває значення ряду дій, спрямованих до певної мети, інтриги, таємного задуму, а лексема "гратися", відповідно, набуває значення домагатися свого, впливаючи на чиї-небудь почуття, інстинкти та ін. Слово "гра" в такому значенні вживається мовцями передусім для характеристики діяльності владної верхівки в революційній ситуації: *"Чим більше потенціал народу буде наростати, тим тяжче буде* ***грати в тонку гру"*** (С. Вакарчук), "*Зараз я зрозумів, що* ***іде якась гра"*** (А. Кузьменко), "*я думаю, що зараз буде ціла хвиля соціології, причому з різних боків, для того, щоб подивитися, який* ***рівень довіри до кожного з гравців"*** (Є. Глібовицький), *"мають піти ті* ***правила гри****, які уможливили повторення авторитаризму в Україні"* (Є. Глібовицький) та ін., що надає їй негативної конотації.

За допомогою концепту "гра" можуть утворюватися цілі метафоричні системи (ключова метафора *гра в карти,* похідні – *тасувати старі карти ("Сьогодні на Майдані представники кола на-*

родної довіри звернулися до політиків із заявою щодо формування коаліційного уряду. Головний посил: не потрібно тасувати старі карти" (Т. Данилевська)), *роздавати карти* ("*Ми ніколи не дізнаємося, які карти і хто роздає"* (С. Вакарчук)), *моральні козирі* (*"В опозиції є всі моральні козирі"* (С. Вакарчук)). Використання системи взаємопов'язаних метафор дозволяє створити асоціативну модель політичної реальності за допомогою системи концептів, яка відноситься до іншої поняттєвої області. Наприклад, якщо політична ситуація – це *гра в карти*, то її організатори *роздають карти*, *тасують їх,* тобто самостійно вирішують і провокують подальший розвиток подій. Опозиціонери отримують *моральні козирі* і, відповідно, сприймаються як люди, які стоять на боці закону та перешкоджають подальшим злочинам. Така система метафор постійно використовується в політичних інтерв'ю, створюючи характерну для суспільної свідомості метафоричну модель тогочасної політичної реальності.

Отже, на основі проведеного дослідження, можемо зробити висновок, що метафора займає важливе місце в системі мовних засобів оцінки політичної реальності. Активізація використання політичних метафор в мас-медіа є ознакою інтенсифікації політичного життя. На сучасному етапі мова мас-медіа продовжує продукувати політичні метафори, які відображають національну специфіку образного мислення та демонструють особливу інтерпретацію політичної реальності, пов'язану із вторинною номінацією фрагментів актуальної дійсності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Будаев Е. В.* Политическая метафорология : ракурсы сопоставительного анализа / Е. В. Будаев // Политическая лингвистика. – Екатеринбург, 2010. – № 1(31). – С. 9–23.

2. *Вовк Н. И.* Языковая метафора в художественной речи. Природа вторичной номинации / Н. И. Вовк. – К. : Наук. думка, 1986. – 142 с.

3. *Солганик Г. Я.* Введение / Язык СМИ и политика / Под ред. Г. Я. Солганика. – М. : Издательство Московского университета; Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, 2012. – С. 8–28.

4. *Чудинов А. П.* Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации / А. П. Чудинов. – Екатеринбург, 2003. – 248 с.

Стаття надійшла до редакції 27.04.15

В. И. Дудар, студ.
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

Медиалингвистическая природа политической метафоры в жанре телевизионного интервью

В статье исследованы лингвостилистические особенности политической метафоры как средства интерпретации реальности в СМИ. Проанализирована специфика функционирования политической метафоры в жанре интервью на Общественном телевидении. Определены оценочный и семантический ресурсы политической метафорики в контексте рефлексии реципиента на события окружающей действительности.

Ключевые слова: *язык СМИ, политическая метафора, жанр телевизионного интервью, оценочность, семантика.*

V. Dudar, Student
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

Media linguistic nature of political metaphor in the television interview genre

The article is devoted to the research of the stylistic features of the political metaphor as a way of interpreting reality in the media. The present study analyzes the specificity of political metaphor function in the interview genre on Public television. The estimation and semantic resources of the political metaphor in the context of recipient's reflection on the surrounding reality events are determined.

Key words: *language of media, political metaphor, genre of television interview, estimation, semantics.*

УДК 81′1

В. Р. Екшмідт, асп.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

МОВЛЕННЄВА МАНІПУЛЯЦІЯ: ПЕРСУАЗИВНІСТЬ ТА СУГЕСТІЯ

У статті розглянуто поняття мовного впливу, мовної маніпуляції, визначено істотні ознаки таких видів мовленнєвого впливу, як персуазивність та сугестія, проаналізовані відмінності між ними та їх вплив на адресата мовлення.

Ключові слова: *мовленнєвий вплив, мовна маніпуляція, персуазивність, сугестія.*

Питання мовленнєвої маніпуляції посідає одне з провідних у сучасних лінгвістичних дослідженнях. Існує багато підходів щодо дослідження мовленнєвого впливу, що пояснюється складністю та комплексним характером цього явища. Теорію мовленнєвого впливу досліджували Є.Ф. Тарасов, А.Н. Баранов, І.А. Стернін, О.С. Іссерс, В.В. Різун, А.А. Данилова, В.Е. Чернявская, Е.В. Шелестюк та інші.

Теорія мовленнєвого впливу, як наука ефективного спілкування, бере свій початок з античної риторики, яка вчила ораторів ефективно публічно виступати, вести суперечку та отримувати перемогу у дискусії. Антична риторика спиралась на логічні правила роздумів та переконання. Поширення демократії, розвиток засобів масової комунікації, суспільно-економічний розвиток стали каталізаторами виникнення потреби у нових засобах переконання, з використанням не тільки логіки аргументування, а й застосованням психологічного та емоційного впливу на слухача. З точки зору сучасних лінгвістичних досліджень, мова служить не тільки засобом передачі інформації, а й впливає на співрозмовника, регулюючи цим особистісні стосунки, ментальний стан та поведінку [3, с. 54]. Саме тому питання мовленнєвого впливу стало об'єктом досліджень не лише лінгвістики, а й низки суміжних наук психолінгвістики, соціолінгвістики, прагмалінгвістики, психології, риторики.

Мовленнєвий вплив у широкому значенні – це будь-яка мовленнєва комунікація, взята в аспекті її цільової обумовленості, це вербальне спілкування, описане з позиції одного з комунікантів, коли він розглядає себе як суб'єкт впливу, а свого співрозмовника – як об'єкт [16, с. 5; 15, с. 22].

Вербальний вплив у вузькому значенні використовується в сфері так званих координативних відносин рівноправного співробітництва, а не відносини субординації (формальних чи неформальних). Як вважає О.С. Іссерс, такий тип мовленнєвого впливу передбачає, що суб'єкт регулює діяльність іншої людини, що певною мірою вільна у виборі своїх дій та орієнтується на свої потреби [8, с. 23].

Р. М. Блакар розглядає мовленнєвий вплив як засіб влади, оскільки будь-хто, хто опиняється в ситуації впливу на іншу людину, проявляє владу, а влада може здійснюватись через мову [1, с. 91].

Е. Г. Гришечко ототожнює мовленнєвий вплив з впливом людини на іншу людину (чи групу людей) за допомогою мови та супроводжуючих мову невербальних засобів для досягнення поставленої мети мовця – змінити поведінку реципієнта, його настанови, наміри, уявлення, оцінки та ін., що досягається в комунікативній взаємодії з ним [3, с. 55]. Бути суб'єктом вербального впливу означає регулювати поведінку свого співрозмовника, бо за допомогою мови ми спонукаємо іншу людину почати, змінити, закінчити будь-яку діяльність.

Мовленнєвий вплив на свідомість може здійснюватись в двох формах – відкритій та прихованій. Основним видом відкритого впливу на суспільну свідомість є риторичне висловлювання. Риторичне висловлювання базується на логічних принципах побудови тексту висловлювання, вмінні аргументувати, вести дискусію, переконати слухачів. Одним із найефективніших видів прихованого впливу є мовна маніпуляція [4, с. 11]. Психолог Е. Л. Доценко тлумачить маніпуляцію як "вид психологічного впливу, який веде до прихованого спонукання іншої людини до намірів, які не збігаються з його актуальними бажаннями" [5, с. 59].

Учені досліджували мовленнєвий вплив у співвідношенні раціональної та емоційно-суб'єктивної сторін в мовно-комунікативному процесі впливу одного суб'єкта на інший, відповідно в сучасній лінгвістиці виникли два поняття – персуазивність та сугестивність.

Персуазивність (від лат. "persuadere" – переконувати) трактується лінгвістами по-різному. В першому випадку, персуазивність ототожнюють з об'єктивною оцінкою мовця щодо достовірності чи недостовірності, вираження впевненості чи невпевненості в повідомленні, або ж як рефлексія автора щодо свого чи чужого повідомлення з позиції достовірності чи недостовірності інформації повідомлення [18, с. 172].

В іншому випадку персуазивність тлумачать як сукупність прийомів та засобів, націлених на підсилення аргументів. Е. В. Шелестюк вважає персуазивність підкатегорією аргументативності, яка передбачає використання додаткових риторичних і софістичних прийомів та засобів, які сприяють переконанню. В. Е. Чернявская розглядає персуазивність як вплив автора усного чи письмового повідомлення на свого адресата з метою його переконання, спонукання до здійснення або не здійснення певних дій [17, с. 24]. Ми дотримуємось другого підходу до тлумачення поняття персуазивності, оскільки перше тлумачення апелює до об'єктивної модальності, хоча процес переконання обумовлений рівнем переконаності самого мовця. Ми будемо розглядати категорію персуазивності як мовний вплив, здійснений з метою переконання.

Комунікативну ситуацію можна назвати персуазивною, якщо автор продукує висловлювання, метою якого є викликати певну поведінку реципієнта (або групи реципієнтів) чи вплинути на його погляди. До основних лінгвопрагматичних функцій персуазивності належать, по-перше, вплив за допомогою мовних засобів на свідомість адресата, на його світогляд, уявлення, по-друге, спонукання його до певних дій, зміна поведінки реципієнта в потрібному для мовця русло.

При дослідженні персуазивності можна говорити про когнітивний аспект її вираження, який реалізується завдяки знанням і власному переконанню автора, а також про комунікативно-дискурсивний, який включає ментальний стан автора як відправну точку і сам процес переконування [11, с. 7].

Сугестія (від лат. suggerere – навіювати) визначається як різновид маніпулятивного впливу на підсвідомість, емоції та почуття людини, які опосередковано забезпечують вплив на розум, волю, поведінку [4, 15, 17, 18]. Сугестор намагається ввести адресата у певний стан і спонукати до певних дій. М. Р. Желтухина вважає, що сугестивний мовленнєвий вплив є невід'ємним компонентом комунікативного акту, який полягає в зміні конфігурацій стандартних та індивідуальних ментальних схем під впливом інформації тексту. Стійкість цих змін може бути різ-

ною: мінімальною, коли когнітивна система адресата швидко повертається в початковий стан, та максимальною, коли зміни, які виникли в структурі ментальних схем зберігається тривалий період, впливаючи на поведінку адресата [6, с. 21].

Як справедливо зазначають дослідники, сугестивний вплив приводить до зниження усвідомленості, аналітичності та критичності сприйняття інформації, яка повідомляється. Оскільки в процесі навіювання відбувається зміна нейрофізіологічної динаміки адресата, характерною рисою сугестивності є пригнічення раціонального мислення. Сугестивний вплив, на відміну від персуазивного, є більш глибоким і співвідносний з біопсихологічним стимулом, в той час як мовленнєве маніпулювання не пригнічує раціональне мислення, а тільки спрямовує в потрібне для маніпулятора русло [4, с. 24].

Сугестивність як навіювання, виключаючи раціональне начало, спирається на почуттєво-асоціативну складову свідомості, чим суттєво відрізняється від персуазивного впливу. Персуазивний вплив можна вважати вдалим, якщо реципієнт засвоїв цілі, наміри, значення повідомлення, перебуваючи в атмосфері реально усвідомлюваної свободи вибору.

Погоджуємось із точкою зору В. Е. Чернявской, яка зазначає, що немає чітко окреслених меж між персуазивністю та сугестією, оскільки персуазивний вплив передбачає досягнення бажаної мети шляхом переконань з опорою на раціональне обґрунтування, не виключаючи, а навпаки, враховуючи емоційно-оцінні засоби впливу [17, с. 26].

Отже, підводячи підсумки, зазначимо, що у будь-якому комунікативному акті присутній мовний вплив. Порівнюючи поняття персуазивності та сугестії, можемо зробити висновок, що хоч між ними і немає чітких меж, проте персуазивність значно відрізняється від сугестивності глибиною дії мовного впливу, направленістю впливу на свідомість (персуазивність – на свідомість, сугестія на підсвідомість), сферами впливу (персуазивність – на раціональну складову свідомості, сугестія – на емоційну складову). Сугестивність здійснює опосередкований вплив на во-

лю реципієнта, в той час як персуазивність залишає за ним свободу вибору. На нашу думку, персуазивність знаходиться ближче до аргументації. В цьому випадку має місце намагання переконати адресата засобами мовного впливу, спонукати його до критичного мислення, спрямувати мислення в потрібне для мовця русло.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Блакар Р. М.* Язык как инструмент социальной власти (теоретическо-эмпирическое исследование язика и его использования в социальном контексте) / Р. М. Блакар // Язык и моделирование социального взаимодействия. – М. : Прогресс, 1987. – С. 88–125.

2. *Голоднов А. В.* Лингвопрагматические особенности персуазивной коммуникации (на примере современной немецкоязычной рекламы): автореф. дис. канд. филол. наук: 10.02.04 / А. В. Голоднов. – СПб. : СПбГУ, 2003. – 23 с.

3. *Гришечко Е. Г.* Определение понятия речевого воздействия и виды этого воздействия // Гуманитарные и социальные науки. 2008, № 4. – С. 53–59. Режим доступу: http://www.hses-online.ru/2008/04/10_02_04/10.pdf

4. *Данилова А. А.* Манипулирование словом в средствах массовой информации. 2-е изд. – М. : "Добросовет", "Издательство "КДУ", 2011. – 232 с.

5. *Доценко Е. Л.* Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. – М.: ЧеРо, Издательство МГУ, 1997. – 344 с.

6. *Желтухина М. Р.* Масс-медиальная коммуникация: языковое сознание – воздействие – суггестивность / М. Р. Желтухина // Язык, сознание, коммуникация: сб. науч. ст. М. : МАКС Пресс, 2003. – Выпуск 24. – С. 13–28.

7. *Иссерс О. С.* Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / Оксана Сергеевна Иссерс. – М. : Издательство ЛКИ, 2008. – 288 с.

8. *Иссерс О. С.* Речевое воздействие: учеб. пособие для студентов, обучающихся по специальности "Связи с общественностью" / Оксана Сергеевна Иссерс. – М. : Флинта : Наука, 2011. – 224 с.

9. *Клюев Е. В.* Речевая коммуникация: Учебное пособие для университетов и институтов / Е. В. Клюев. – М. : РИПОЛ КЛАССИК, 2002. – 320 с.

10. Копнина Г. Л. Речевое манипулирование: учеб. пособие / Г.А. Копнина. – 2-е издание. М. : Флинта, 2008. – 176 с.

11. Красненко О. М. Лінгвопрагматичні засоби персуазивності у сучасній французькій мові (на матеріалі публікацій з міжнародних відносин): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.19 "Романські мови" / О. М. Красненко. – К., 2011. – 17 с.

12. *Кудрявцева Л. А.* Массмедийный политический дискурс Украины: особенности "послемайданного" периода // Язык и дискурс средств массовой информации в XXI веке : коллективная монография / Под ред. М. Н. Володиной. – М. : Академический проект, 2011. – С. 30–43.

13. *Павлюк Л. С.* Риторика, ідеологія, персуазивна комунікація: посібник / Людмила Степанівна Павлюк. – Львів : ПАІС, 2007. – 164 с.

14. *Різун В. В.* Лінгвістика впливу : Монографія / В. В. Різун, Н. Ф. Непийвода, В. М. Корнєєв – К. : Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет", 2005. – 148 с.

15. *Сорокіна Л. Є.* Мовленнєва маніпуляція та інші види мовленнєвого впливу : термінологічне розмежування понять / Л. Є. Сорокіна // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія. – Одеса : Видавничий дім "Гельветика", 2014. – Випуск 8 том 2. – С. 157–159.

16. *Тарасов Е. Ф.* Речевое воздействие: Методология и теория / Е. Ф. Тарасов // Оптимизация речевого воздействия. – М.: Наука, 1990. – С. 5–18.

17. *Чернявская В .Е.* Дискурс власти и власть дискурса: Проблемы речового воздействия / В. Е. Чернявская. – М.: Флинта-Наука, 2006. – 136 с.

18. *Шелестюк Е. В.* Текстовые категории аргументативности, суггестивности и императивности как отражение способов речевого воздействия / Е. В. Шелестюк // Вестник Челябинского государственного университета (Серия "Филология. Искусствоведение"), 2008. – Выпуск 26. – № 30 (131). – С. 170–175.

Стаття надійшла до редакції 27.04.15

В. Р. Экшмидт, асп.
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

Речевая манипуляция: персуазивность и суггестия

В статье рассмотрены понятия речового воздействия, речевой манипуляции, определены существенные признаки таких видов речового воздействия, как персуазивность и суггестия, проанализированы отличия между ними и их влияние на адресата речи.

Ключевые слова: *речовое воздействие, речевая манипуляция, персуазивность, суггестия.*

V. Ekshmidt, PhD student
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

Verbal Manipulation: Persuasion and Suggestion

The article deals with verbal influence, verbal manipulation. The essential features of such types of verbal influence as persuasion and suggestion have been defined, the differences between them and their influence on a recipient were analyzed.

Keywords: *verbal influence, verbal manipulation, persuasion, suggestion.*

УДК 81'37=112.2

А. Г. Жолуденко, студ.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ЖАРГОННА ЛЕКСИКА НІМЕЦЬКОЇ МОЛОДІ

Статтю присвячено вивченню мовно-стилістичних особливостей жаргону німецької молоді на матеріалах словників, інтернет-форумів та чатів. Наведено визначення жаргону, проаналізовано характерні риси даного мовного феномену. Встановлено особливості системної організації жаргонної лексики.

Ключові слова: *жаргонна лексика, вульгаризми, дисфемізми, лексико-семантичні поля, нецензурна лексика.*

У сучасному світі, що постійно модернізується і розвивається, важко уявити собі молоду людину, яка не використовувала б жаргонної лексики.

"Жаргон (від фр. jargon – пташина мова, незрозуміла мова) – додаткова лексико-фразеологічна система мови, яка містить паралельні експресивно-оціночні, найчастіше стилістично знижені позначення загальновідомих понять і належить певній соціальній субкультурі" [Селіванова 2010: 169]. Жаргон здебільшого характеризується іронічно-жартівливою чи вульгарною конотативною забарвленістю. "Психологічним підґрунтям виникнення молодіжного жаргону є прагнення певних соціальних груп до самоідентифікації, що реалізується в бажанні вразити співрозмовника дотепністю, неординарністю й експресивністю мовлення, а також у зневазі до усталених мовних норм" [Селіванова 2010: 169].

А. Ю. Романова, досить чисельною є група лексем, що характеризує обмежені розумові можливості людини: die Knalltüte – ідіот, придурок, нікчема; der Doofkopf – дурень; die Dumpfbacke – дурепа; der Dussel – придурок, бовдур; der Depp, der Blödmann, das Brotgehirn, die Evolutionsbremse – дурень, ідіот [Онлайн-словник: Scheiße! – Schöner Schimpfen auf Russisch].

Оцінкою розумових даних вважаються і такі жаргонізми властиві підліткам: der Expresschecker – розумник, людина, яка швидко врубається; der Klugscheißer (ірон.) – розумник [Онлайн-словник: Scheiße! – Schöner Schimpfen auf Russisch].

Чисельною є також категорія слів, що характеризують дівочу вроду (die Bettie – гарненька дівчина; die Biene – красуня; die Lolle – приваблива дівчина, красуня) [Онлайн-словник: Scheiße! – Schöner Schimpfen auf Russisch].

Підлітки часто користуються словами та виразами, які мають зневажливе та образливе забарвлення. Маючи на меті образити чи принизити молоді люди можуть використовувати жаргонізми, що стосуються:

– зовнішності людини: die Bratze – негарна дівчина; das Arschgesicht – урод; das Flittchen (або Flitsche) – легковажна дівчина; das Perlhuhn – фіфа, принцеса, доглянута капризуля; die Zicke – стерва, примхлива дівиця, дура, буквально "молода коза" [Онлайн-словник: Scheiße! – Schöner Schimpfen auf Russisch];

– рис характеру: der Spinner – фантазер, пришелепкуватий; die Weichei, der Frauenversteher – боягуз, слабак; der Schwaller – бовтун; der Angsthase – боягуз; der Drückeberger – ледар, симулянт; der Fuzzi – дивак, захоплена своєю справою людина; der Arschkriecher – підлиза(груб.); der Besen – мегера, злюка [Онлайн-словник: Scheiße! – Schöner Schimpfen auf Russisch];

– інтелектуальних здібностей: der Besserwisser, der Superkluge (ірон.) – розумник [Онлайн-словник: Scheiße! – Schöner Schimpfen auf Russisch];

– особистого життя та поведінки: die Drecksau – наволоч; das Dreckschwein – мерзотник; der Dreckskerl – покидьок; der Arsch – дурак, козел; der Asi – людина, якій притаманна девіантна поведінка ("гопник") [Онлайн-словник: Scheiße! – Schöner Schimpfen auf Russisch];

– професій: der Bulle – поліцейський (фам.), буквально "бик". Найвищий ступінь: Bullenschwein [Christiane F. 1979: 44].

У німецькій молодіжній мові наявні слова на позначення дружнього ставлення молодих людей один до одного. Наприклад, der Macker – чувак; der Alter – чувак, брат, старий; die Braut – чувиха тощо [Онлайн-словник: Scheiße! – Schöner Schimpfen auf Russisch].

Також є безліч слів для вираження свого захвату чи будь-якої позитивної оцінки. А саме: baumstark – чудово; dufte – кльово; fett – класно, прикольно (дослівно "жирно"); krass – круто;

shiggisch – шикарный; übelst – дуже класно (фам.); ultrakrass – прекрасно; abgefahren – кльово, те, що гідно захоплення [Онлайн-словник: Scheiße! – Schöner Schimpfen auf Russisch].

Проведений аналіз інтернет-форумів (LustScout, Silber.de, forum.tt-news.de) та чатів (capsamania.de, nupo.de) дозволяє виділити такі особливості молодіжного сленгу:

– частотне вживання таких слів і їх похідних: Super (das Superalbum, der Superclub, die Supermusik usw.); toll (die tolle Braut, tolle Tipps, ein toller Hut usw.) [з форуму: LustScout];

– фамільярні або грубі назви національностей: der Ami – американець [freerider @ lustscout.to, 10/2009]; der Iwan – росіянин; der Käskopp – голландець ("сирна голова") [Rumpelstilzchen @ wordpress.com, 06/2011];

– популярність англіцизмів: Look (neuer Look, die Looks von Marilyn Monroe, der Kreativ – Look, der Retro – Look, der Jet-Set-Look, glamouröse Look usw.); Party (z.B. der Partyparasit – у значенні незваний гість; die Partyschranke – людина, яка ходить на вечірки з неохотою); Star (Star-Model, Star-Frühstück, Star-Fotograf, Star-Visagistin usw.); cool ("Cool!", coole Stil-Ikone, coole Ideen usw.) [з форуму: LustScout];

– поширення слів, що пов'язані з соціальними мережами та електронними гаджетами: simsen – посилати текстові повідомлення по мобільному телефону; die Facebookschlampe – користувач фейсбука, який додає до списку друзів незнайомців, щоб збільшити їх кількість [http://blog.uwe-wittstock.de/?p=710]; die Digitalsalami – CD- або DVD-диски [DAHOOL silber.de/forum/arglistige-taeuschung-des-verbrauchers-t1726.html 17.03.2009]; Lappy – лептоп [з форуму: LustScout];

– незвичайне поєднання слів з утворенням нового молодіжного жаргонізму: der Bildungsbunker – школа [Marco B. http://forum.tt-news.de/showthread.php?t=94618&page=21 26.02.2011]; die Maffiatorte (die Maffia – мафія + die Torte – торт) – піца [Kris @ capsamania.de 9.11.2010]; das Embryoschubsen(der Embryo – ембріон + schubsen – штовхатися) [fox @ nupo.de, 08/2008]; der Lungentorpedo (die Lungen – легені + der Torpedo – торпеда) – цигарка [Gasp151 @ muskelschmiede.de, 12/2010];

Зауважимо, що у Німеччині вживання нецензурної лексики може призвести до великих штрафів і навіть до тюремного ув'язнення. За словесну образу або приниження гідності § 185 Кримінального кодексу ФРН передбачається позбавлення волі на строк до одного року (за образу дією – 2 роки) або грошовий штраф, який визначається суддею [§185 Кримінального кодексу ФРН]. У німецьких судах є тенденція до розгляду конфліктів, у центрі яких – образа гідності людини. Наведемо у якості прикладу деякі рішення, що були винесені в різних містах Німеччини:

"Tomaten auf den Augen!" ("Ти що, сліпий!") – 150 EUR.

"Depp!" ("Балда!") – 250 EUR.

"Du armes Schwein!" ("Жалюгідна свиня!") – 350 EUR.

"Arschloch!" ("Наволоч!") – 675 EUR.

"Mir ist es scheißegal" ("Мені пофігу") – 50-100 EUR.

Отже, розглянувши різноманітні мовно-стилистичні особливості жаргону німецької молоді, можна стверджувати, що, попри те, що він і не є формою існування мови, проте як додаткова лексико-фразеологічна система надійно вкоренився в розмовну мову німецьких підлітків, постійно змінюючись і модернізуючись.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Береговская Э. М.* "Молодежный сленг: формирование и функционирование" / Э.М. Береговская // Вопросы языкознания. – 1996. – № 3. – С. 32–41.
2. *Коломиец Е. А.* "Русско-немецкий словарь современного молодежного жаргона: около 2000 выражений" / Е. А. Коломиец. – М. : АСТ: Восток–Запад, 2005. – 326 с.
3. *Романов А. Ю.* 2004 – "Современный русский молодежный сленг". – Мюнхен – 206 с.
4. *Селіванова О. О.* "Лінгвістична енциклопедія". – Полтава: Довкілля-К, 2010. – 844с
5. Boutler Charles Онлайн-словник: "Scheiße! – Schöner Schimpfen auf Russisch" (за посиланням: http://www.russki-mat.net/schimpf/schimpf.php).
6. Bukowski Charles "Das Liebesleben der Hyäne" – Deutscher Taschenbuch Verlag GmbH & Co. KG, 1999. – 448 S. – http://www.lalegion.tv/media /document /192.pdf.
7. Christiane F "Wir Kinder vom Bahnhof Zoo" – Stern-Verlag, Düsseldorf, 1979. – 301 S.
8. *Remark E. M.* "Arc de Triomphe" – Kiepenheuer & Witsch, Köln, 1988. – 729 S.
9. https://blasphemieblog2.wordpress.com/2011/06/10/die-arche-kommt-nach-koln/
10. http://www.capsamania.de/index.php?page=Thread&threadID=6457&pageNo=26
11. http://www.silber.de/forum/arglistige-taeuschung-des-verbrauchers-t1726.html

12. http://forum.tt-news.de/showthread.php?t=94618&page=21
13. http://www.lustscout.to/forum/portal.php
14. http://www.capsamania.de/index.php?page=Thread&threadID=6457&pageNo=26

Стаття надійшла до редакції 28.04.15

А. Г. Жолуденко, студ.
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

Жаргонная лексика немецкой молодежи

Статья посвящена изучению лингвостилистических особенностей жаргона немецкой молодежи на материалах словарей, интернет-форумов и чатов. Приведено определение жаргона, проанализированы характерные черты данного языкового феномена. Установлены особенности системной организации жаргонной лексики.

Ключевые слова: *жаргонная лексика, вульгаризмы, дисфемизм, лексико-семантические поля, нецензурная лексика.*

A. Zholudenko, Student
Institute of Philology, National Taras Shevchenko University of Kyiv

Jargon lexicon of German youth

The article is devoted to the study of lingvo-stylistic features of German youth jargon based on the materials of dictionaries, internet-forums and chats. The article aims to define the concept of youth slang, its characteristics and to determine the main features of lexical-semantic system.

Keywords: *jargon lexicon, vulgarisms, disfemizms, lexical-semantic fields, unquotable vocabulary.*

УДК 811.581.11

С. С. Ісаєв, асист.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, Київ

ЛЕКСЕМИ НА ПОЗНАЧЕННЯ ЇЖІ У СКЛАДІ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ КИТАЙСЬКОЇ МОВИ ЯК НОСІЇ КУЛЬТУРНОГО КОДУ

У статті подається аналіз фразеологізмів китайської мови, до складу яких входять лексеми на позначення їжі. Особлива увага приділяється зв'язкам семантики фразеологізмів із кодами культури та визначенню ролі фразеологізмів як елементів культурного коду.

Ключові слова: *культурний код, фразеологізм, їжа, китайська мова.*

У лінгвістиці протягом останніх десятиліть велика увага приділяється слову як носію культурної інформації. Слово передає особливості сприйняття мовним колективом навколишньої дійсності, набуте під час предметно-пізнавальної діяльності. У слові вербалізується сукупне уявлення про предмет, яке склалося у даній культурі і зафіксовано у мовній свідомості носіїв мови.

Кожна культура несе свою модель світу, виражену кодами культури, які "утворюють певну "систему координат", у межах якої й здійснюється концептуалізація та категоризація дійсності та внутрішнього рефлективного досвіду людини, вербалізація цієї концептуалізації та категорізації в мові" [2, с. 115].

Таким чином, "код культури можна визначити як узагальнююче щодо елементів національного образу світу поняття, яке обіймає природні і створені людиною об'єкти (артефакти), фізичні та психічні явища. Код культури створюється у процесах категоризації світу, які пов'язані з особливостями пізнавальної діяльності людини у межах певної етнічної спільноти" [1, с. 221]. Культурний код можна уявити певною призмою через яку кожен етнос сприймає світ, після чого ця закодована інформація відкладається у його підсвідомості.

На формування культурного коду кожного етносу, а також вираження його у мові, впливають різні чинники, у т.ч. історичний, релігійний, соціальний, побутовий та ін. Вплив є неперервним і опосередкованим, будь-які зміни у політичному устрої чи економічних моделях розвитку суспільства не можуть зламати існуючі протягом століть "звички свідомості". Культурний код є значно консервативнішим за суспільно-політичне життя.

Формування нації відбувається у певних умовах, у першу чергу маються на увазі природні умови, до яких вона поступово пристосовується. Природно-географічні як і історичні умови, у рівній мірі сприяють утворенню харчового комплексу (використання певних продуктових комбінацій, способи приготування страв, смакові уподобання і т.п.) будь-якого етносу. Ці фактори зумовлюють напрями сільськогосподарської діяльності, що впливає, у свою чергу, на усі процеси, пов'язані з харчуванням. Етнос посту-

пово "звикає" до певних продуктів та їжі. Відмінності харчового комплексу яскраво відображають етнічні особливості.

Змінюючись у часі під впливом різних суспільно-історичних і природних перетворень, їжа в той же час відрізняється стійкістю і традиційністю. Як один з найважливіших етнічних модулів вона утворює той каркас, за допомогою якого люди вибудовують свій національно специфічний образ світу. Особливості національних традицій, пов'язаних із їжею, відображаються у мові.

Мові, безперечно, належить перше місце серед національно-специфічних компонентів культури. Вона протягом століть фіксує та зберігає усі елементи національної самобутності. Найбільшу роль у цьому процесі відіграє, безсумнівно, фразеологія. Адже у фразеологізмах найбільш яскраво і своєрідно виявляються національно-культурні особливості етносу і його мови.

Процес сприйняття фразеологічних одиниць як елементів національної культури – це шлях до пізнання культурного коду народу. Особливу цінність мають фразеологізми, які є національно-специфічними і віддзеркалюють характерні особливості культури і побуту, народні звичаї, символіку.

Фразеологічні одиниці, проаналізовані у нашій статті, є підтвердженням того, що традиційний китайський побут, зокрема страви та продукти харчування – все це знайшло відображення у фразеології.

На прикладах фразеологічних одиниць китайської мови, простежимо специфіку вираження рис менталітету ханьців через сприйняття поширених у цього етносу продуктів харчування і національних страв.

Повсякденне життя з його незмінною рутиною, усталеними традиціями, циклічність природних явищ, конфуціанські норми співіснування у соціумі – усе це увійшло до народного побуту і сприяло формуванню особливості світосприйняття. "Їжа – це небо людей", тобто основа основ їх життя, – свідчить "Ши-цзі" （《史记》） – один з найбільш ранніх та найвпливовіших творів у світовій історіографії. Відповідно до цього твердження китайці споконвіку перетворювали їжу на справжній культ [5, с. 767].

Серйозне ставлення до їжі демонстрував сам Конфуцій, який дотримувався непорушних правил щодо вживання їжі та поведінки за столом. У знаменитих конфуціанських "Бесідах і судженнях" (《论语》), знаходимо згадку про тогочасну платню за навчання, що вимірюється не у грошових одиницях, хоча вони активно використовувалися у той час, а харчами – це зв'язка в'яленого м'яса. Згодом, коли ця платня перетворилася на ритуальну, її передавали вчителю, коли приводили учня на навчання [6, с. 175].

Головний послідовник Конфуція Мен-цзи надавав харчуванню філософського змісту: 民为贵，社稷次之，君为轻 [7, с. 328] *"народ є найбільш дорогоцінним, держава є наступною за значенням, правитель є найменш цінним"*.

Традиційне вітання "Як ся маєте?" (你吃饭了吗？) означає дослівно: "Ти поїв?", що пов'язано, у першу чергу, з матеріальними чинниками. За цим психолінгвістичним фактом, ми можемо розгледіти, з одного боку, непереборний страх, що накопичувався століттями, перед голодом, постійним супутником безперервних природних та соціальних катаклізмів, навал кочівників і перенаселення, з іншого – наслідок стійкого колективізму, що знаходить прояв у спільній трапезі. Звичка споживання їжі у фіксований час, як підсвідоме бажання попередити вірогідну її відсутність, може стати приводом для того, щоб відкласти будь-яку, навіть важливу, справу.

У сучасному Китаї проблема голоду практично втратила актуальність, керівництву країни вдалося її вирішити, але історична багатовікова звичка постійно дбати про "хліб насущний" безперервно тримає китайців у тонусі. Ще 100 років тому ситуація була вкрай важкою, і ось як її описує останній посланник Російської імперії у Китаї, українець за походженням, Іван Коростовець: "Життя більшості китайців є практично боротьбою за існування, і, вдавшись до образного порівняння, можна сказати, що у цій країні щодня повторюється диво насичення 5000 осіб п'ятьма хлібами, з тією різницею, що насичення це далеко не повне і залишає їх при тривожній думці – повториться диво завтра чи їм доведеться померти від голоду. Так, примара голоду невпинно кружляє над Китаєм і вражає маси у такій величезній пропорції, яку ми не можемо собі уявити" [3, с. 106].

Згідно даних археологічних розкопок першим видом зернових, який почали культивувати китайці, було просо. До широкого запровадження рисівництва у Китаї просо було найбільш уживаним серед зернових. Від його врожаю залежало життя усього народу. Одним з героїв китайської міфології, покровителем землеробства та предком однієї з перших китайських династій був Хоу-цзі 后稷 (дослівно "правитель-просо"). Навіть слово "держава" у давні часи складалося з двох ієрогліфів 社 ("суспільство") і 稷 ("просо"). Протягом багатьох століть воно було основним продуктом харчування. Про це свідчить і фразеологізм, який називає просо найголовнішою серед зернових культур –百谷之长.

Просо у китайців асоціюється з надзвичайно стійкою людиною, яка завжди знаходить вихід із скрутних ситуацій. Так фразеологізм 黍谷生春, який дослівно можна перекласти як *"просо відроджується до життя"*, означає "знайти вихід із скрутного становища, здійснити перелом на краще".

Що цікаво, рис, на той час не був таким доступним як зараз. Бідні люди не могли його собі дозволяти їсти часто і тому він цінувався достатньо високо. Навіть платня чиновникам нараховувалася у рисовому еквіваленті. Стандартна плата за рік служби складала 5 доу (1 доу дорівнював 10 літрам). Вважалося, що працювати за таку мізерну платню не варто, про що свідчить фразеологізм: 不为五斗米折腰 *"не бажати гнути спину за 5 доу рису"*.

Чиновникам імперського Китаю присвячується ще один фразеологізм, який теж пов'язаний з їжею – 吃粮不管事 *"брати гроші, але нічого не робити"*. Цікаво, що перші два ієрогліфи спочатку означали "забезпечуватися пайком", тобто бути солдатом, служити у війську.

Значущість рису для китайців підкреслюється у фразеологізмах широкого вжитку, які відображають універсальні ситуації.

巧妇难为无米之炊 – *"навіть гарна господиня не в змозі нічого приготувати без рису*". Мається на увазі, що для кожної справи необхідна ретельна підготовка.

生米煮成熟饭 – *"рис вже зварився"*, тобто справа зроблена і нічого змінити не можна.

炒冷饭 – *"підсмажувати холодний рис"*, у значенні постійно повторювати те, що і так усім відомо.

Протягом століть основою харчування для китайців серед іншого служив такий овоч як редька. Письмову згадку про нього ми можемо зустріти у пам'ятці китайської літератури XII–VI століть до н. е. "Шицзін" (《诗经》), у пісні "Східний вітер" (《谷风》). У той час на позначення цього овочу використовувався ієрогліф 菲, у сучасній китайській мові ця рослина називається 萝卜.

Проста агротехніка, невисока вибагливість до якості ґрунту та висока врожайність, лежкість, багатий вміст вітамінів, мінеральних речовин, а також біологічно активних сполук зробив цей овоч одним з найбільш популярних у Китаї. Велика кількість прислів'їв присвячена значним лікувальним якостям редьки:

冬吃萝卜夏吃姜，不劳医生开药方 – *"узимку їж редьку, а влітку імбир і лікарю не прийдеться виписувати тобі рецепт"*.

吃了萝卜菜，啥病都不害 – *"з'їв редьку і ніяка хвороба тебе не візьме"*.

萝卜出了地,郎中没生意 – *"редька вийшла із землі, лікар лишився статків"*.

萝卜响，咯嘣脆，吃了能活百来岁 – *"їж хрустку редьку і житимеш більше 100 років"*.

吃萝卜喝茶，气得大夫满街爬 – *"їж редьку, пий чай і лікар повзатиме вулицею від злості"*.

Високу цінність редьки, особливо взимку, яку за своїми лікувальними властивостями порівнюють з "панацеєю від усіх хвороб" – женьшенем, підкреслює прислів'я:

秋后萝卜赛人参 – *"після осені (взимку) редька може суперничати з женьшенем"*.

Широко використовується назва цієї рослини у фразеологізмах у переносному значенні. Так, зокрема, прислів'я 大萝卜不用屎浇 ("Коли редька виросла, марно вносити під неї добриво") означає, що коли справа зроблена, не потрібно намагатися щось у ній покращити.

У деяких фразеологізмах редьку, як один з найдешевших і найдоступніших продуктів, порівнюють із м'ясом, яке з'являлося на столах звичайного люду не дуже часто, зазвичай, на свята.

萝卜花了肉价钱 – *"купити редьку за ціною м'яса"*, тобто придбати якусь просту і дешеву річ чи послугу за неспівставно високою ціною.

萝卜烧肉——揩点油 – "смажити редьку разом з м'ясом", отримати зиск від ситуації, оскільки під час смаження редька насичується смаком м'яса.

Редьку також порівнюють із чимось елементарним і повсякденним, оскільки вона вживалася у їжу практично щоденно.

江边洗萝卜——一个个来 – *"на березі річки миють редьку – одну по одній"*, тобто усі справи мають бути здійснені по черзі, у певному порядку.

青菜萝卜分不清 – *"не відрізняти капусту від редьки"*, тобто не розуміти елементарних речей, не відрізняти білого від чорного.

一个萝卜一个坑 – *"кожній редьці – своя ямка"*, тобто кожен на своєму місці, усі займаються своєю справою.

Велику популярність у Китаї також мали соєві боби. Перші документальні свідчення про використання сої звичайної людиною відносяться до 11 століття до н.е. Значення цього продукту в харчуванні відкрили народи, що населяли у той час північно-східну частину Китаю, більше того, у стародавньому Китаї соя була віднесена до п'яти найважливіших зернових культур.

Із часом соя стала наріжним каменем у харчуванні країн Азії. Винахідливі кухаря створили безліч страв, що значно підвищили поживність і різноманіття східної кухні. Із сої виробляють олію, борошно, соєвий соус та багато інших продуктів харчування. Один з них не лише став базовим компонентом китайської кухні, а й набув розповсюдження спочатку в азійських країнах, а згодом і в країнах Старого й Нового світів. Йдеться про так званий "соєвий сир" або доуфу 豆腐.

На малюнку, вибитому на кам'яній плиті у гробниці династії Хань (провінція Хенань, Північний Китай) і датованому 220 роком н. е., археологи виявили цікаву кухонну сцену. На ній чітко зображений процес приготування доуфу, тобто у Китаї його

споживають уже понад 20 століть. Іспанський мандрівник Домінго Наваррете, який відвідав Піднебесну наприкінці 17 ст., описує доуфу як найбільш поширену в Китаї страву [4].

Повсякденне вживання в їжу цієї страви, сприяло виникненню великої кількості фразеологізмів з відповідним компонентом. Вираз 磨豆腐 означає "молоти боби для приготування доуфу". Справа ця важка та одноманітна. Це й слугувало виникненню переносного значення цього виразу – торочити одне й теж, молоти язиком.

Одна з найпопулярніших і найпростіших страв, які роблять з доуфу – доуфу, змішане з зеленою цибулею – стало основою для виникнення фразеологізму小葱拌豆腐——一清二白 *"доуфу з цибулею – окремо зелене, окремо біле"*, тобто усе зрозуміло і ясно.

豆腐好吃磨难推 – *"доуфу смачний, але жорна важко крутити"*. Йдеться про те, що щоб досягти певних результатів, потрібно докласти зусиль.

豆腐掉进灰堆里——吹不得打不得 – *"доуфу впало у купу попелу – очистити неможливо"*. Йдеться про нездійсненність завдання.

豆腐里挑出骨头来 – *"з доуфу вибирати кістки"*, тобто дуже прискіпливо перевіряти.

Часто у фразеологізмах доуфу порівнюють з доброю, порядною, інколи слабкою людиною.

刀子嘴，豆腐心 – *"язик як ніж, серце як доуфу"*. Йдеться про людину гостру на язик, але добру за вдачею.

Одна з ферментованих форм доуфу, яка має дуже специфічний та сильний запах, сприяла виникненню фразеологізма 臭豆腐——闻着臭，吃着香 – *"смердючий доуфу має неприємний запах, але дуже смачний"*. Цей вираз уживається для характеристики порядної людини, за якою тягнеться погана слава.

Фразеологізм豆腐顶不了刀 – *"доуфу не може зрівнятися з ножем"*, означає, що слабкому ніколи не подолати сильного.

Дуже цікаве переносне значення має вираз吃豆腐. Дослівно воно перекладається "їсти доуфу", але насправді означає "фліртувати, залицятися, переслідувати жінку". Базується це значення на тому, що доуфу дуже ніжне за консистенцією, біле за кольором і за цими ознаками дуже схоже на жіночу шкіру.

Ще один фразеологізм豆腐官 має історичне походження. Дослівно він означає "чиновник, який їсть доуфу". За династії Цін (1644–1911) так називали чиновників, які відповідали за сферу освіти, мали невеликі статки і могли дозволити собі лише купувати дешевий соєвий сир. Пізніше значення цього виразу набуло подальшого розвитку і в сучасному лексиконі має значення "чесний чиновник".

Деякі фразеологізми пов'язані з продуктом переробки соєвих бобів на соєве молоко, так званою "бобовою гущею" 豆腐渣. Оскільки це продукт переробки, який не має самостійного використання, асоціюється з чимось малокорисним, незначущим, ненадійним.

豆腐渣工程 – *"споруда, будівля, змуровна з бобової гущі"*, тобто ненадійний, абияк зроблений.

Мова, будучи репрезентативною частиною національної культури, концептуалізує і відображає всі її елементи, національні форми життя народу і його психологію. У системі національних цінностей концепт "їжа", без сумніву, займає одну з ключових позицій.

На основі аналізу фразеологічних одиниць китайської мови з компонентом "їжа" ми переконалися, що вони залучаються до формування мовної картини світу, слугують утворенню нових значень слів, появі стійких сполучень т.д.

Китайські фразеологізми різного типу містять назви продуктів, що входять до раціону простих людей (адже прислів'я і приказки мають безперечно народне походження): "просо", "рис", "соєві боби", "соєвий сир", "редька" і т.п. Усі вони відображають національно-культурну специфіку своєї мови та мають символічне прочитання завдяки сформованому культурою у свідомості людини глибокому змісту, а також завдяки тим культурним ідеям, для вираження яких спочатку були самі реалії: види їжі, способи її приготування та вживання.

Отже, фразеологічний склад китайської мови віддзеркалює харчовий код китайської культури, що ідентифікує китайську національно-культурну традицію харчування та разом з іншими культурними кодами репрезентує світосприйняття і спосіб життя народу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Голубовська І. О.* Біоморфний код китайської лінгвокультури / Голубовська І. О.// Studialinguistica. – Збірник наукових праць КНУ ім. Т. Шевченка. – К. : Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет", 2011. – Вип. 5. – Ч. 2. – С. 221–233.

2. *Снитко О. С.* Коди культури у мовній об'єктивації дійсності / Снитко О. С. // Studialinguistica. – Збірник наукових праць КНУ ім. Т. Шевченка. – К. : Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет", 2008. – Вип. 1. – С. 115–121.

3. *Коростовец И.* Китайцы и их цивилизация / Иван Коростовец // Дж. Макгован, И. Коростовец Жизнь и нравы старого Китая: Китайцы у себя дома; Китайцы и их цивилизация. Антология. – Смоленск : Изд. "Русич", 2003. – 496 с.

4. Fernández de Navarrete, Domingo Tratados historicos, politicos, ethicos, y religiosos de la monarchia de China : descripcion breue de aquel imperio y exemplos raros de emperadores y magistrados del : con narracion difusa de varios sucessos y cosas singulares de otros reynos, y diferentes navegaciones : añadense los decretos pontificios y proposiciones calificadas en Roma para la mission chinica. [Електронний ресурс]. – Адреса доступу: http://www.upf.edu/asia/projectes/che/s17/tratado15.

5. 史记 /司马迁–北京：中华书局，2006. – 1031 页.

6. 论语 / 刘示范主编. – 济南：山东教育出版社，2006. – 385页.

7. 杨伯峻，《孟子译注》，北京：中华书局，1960. – 483 页.

Стаття надійшла до редакції 28.04.15

С. С. Исаев, ассистент
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко

Лексемы для обозначения еды в составе фразеологизмов китайского языка как носители культурного кода

В статье представлен анализ фразеологизмов китайского языка, в состав которых входят лексемы для обозначения еды. Особое внимание уделяется связям семантики фразеологизмов с кодами культуры и определения роли фразеологизмов как элементов культурного кода

Ключевые слова: *культурный код, фразеологизм, еда, китайский язык.*

S. Isayev, Assistant
Institute of Philology of Taras Shevchenko National University of Kyiv

Words Denoting Food in Chinese Idioms As Markers of Cultural Code

The article deals with the analysis of Chinese idioms with the words denoting food as a constituent. Particular attention is paid to the correlation of idioms semantics and culture codes, specific role of idioms in the process of creating of cultural codes.

Keywords: *cultural code, idiom, food, Chinese.*

УДК 81'442:811.162.3

М. М. Калениченко, канд. філол. наук, асист.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка

ПРЕДИКАТИВНІСТЬ І МОДАЛЬНІСТЬ ЯК СЕМАНТИЧНІ ОЗНАКИ БЕЗОСОБОВОГО РЕЧЕННЯ

У статті проаналізовано змістову організацію безособового речення з урахуванням його формальних ознак, а також зосереджено увагу на використанні науковцями різних методів і прийомів аналізу синтаксичних одиниць із маркованою семантикою.

Ключові слова: *безособове речення, предикативна основа речення, семантична структура, функціональний синтаксис, модальність.*

У слов'янському мовознавстві останньої чверті XX століття змістилися акценти на дослідження змістової організації речення з урахуванням його формальних ознак. У сучасному мовознавстві зацікавлення семантичною організацією речення пояснюється намаганням учених глибше осмислити сутність семантики мовних одиниць. Активізація досліджень змістової сторони речення зумовлюється необхідністю вивчити цю синтаксичну одиницю у єдності форми і змісту, що обґрунтовується необхідністю залучення синтаксису як одного з рівнів мовної системи до загальної проблеми "дійсність-мислення-мова". Тому вивчати семантику речення можна спираючись на будь-який елемент названої тріади, тобто з врахуванням змістової сторони речення можна реалізувати кілька напрямків дослідження.

У чеському мовознавстві проблеми семантичного синтаксису досліджували Й.Ф. Андерш, Я. Бауер, Г. Бєлічова, Ф. Данеш, М. Докуліл, М. Грепл, Я. Корженський, Р. Мразек, П. Сгалла, К. Свобода, С. Жажа та інші лінгвісти. Суттєвим внеском у теорію семантичної структури речення стали наукові праці американських та російських лінгвістів Ч. Філлмора, У.Л. Чейфа, Ю.Д. Апресяна, Н.Д. Арутюнової, Г.В. Валімової, В.Г. Гака, М.М. Гурмана, С.Д. Кацнельсона, Є.Д. Падучевої, П.В. Чеснокова, Н.Ю. Шведової та інших учених. Українське мовознавство представлене працями таких дослідників синтаксичної семан-

тики, як І.Р. Вихованець, К.Г. Городенська, С.Я. Єрмоленко, А.П. Загнітко, Н.Л. Іваницька, В.І. Кононенко, О.С. Мельничук, В.М. Русанівський, К.Ф. Шульжук та ін. Незважаючи на великий список дослідників даної проблеми на матеріалі різних слов'янських мов у реферованих працях не простежується однозначність поглядів синтаксистів. Більше того, практично кожен із них по-своєму розглядав питання категоріальних і поняттєвих ознак семантичного синтаксису, застосовуючи власну методику дослідження синтаксичної семантики, враховуючи складну природу змісту речення і виділяючи три рівні представлення – денотативний, логіко-семантичний та мовно-семантичний. Якщо денотативний рівень речення науковці співвідносять з реальними ситуаціями, тобто реальними предметами й відношеннями між ними, логіко-семантичний – з логічними структурами, поняттями й відношеннями між ними, то мовно-семантичний – з семантико-синтаксичними структурами, тобто лексичними компонентами й відношеннями між ними.

Виділення науковцями трьох ярусів функціонального синтаксису (формально-синтаксичного, семантико-синтаксичного, комунікативного) у славістичній науці вплинуло на те, що відбулася переорієнтація досліджень із формального аспекту на семантичний, що базується на тих елементах у змісті мовних форм, які є безпосереднім відображенням об'єктивної дійсності.

Як показує аналіз теоретичних здобутків чеських лінгвістів з даної проблеми, при дослідженні синтаксичної семантики реченнєвих одиниць спостерігається використання науковцями різних методів і прийомів аналізу синтаксичних одиниць із маркованою семантикою. З одного боку, семантика речення досліджується з врахуванням конкретної ситуації мовлення, з іншого – категорії семантичної структури речення і типи таких структур встановлюються на основі власне мовних фактів [Адамец 1978, 203–215]. Це стосується, зокрема, досліджень семантичної структури речення на основі теорії глибинних та поверхневих структур, які співвідносяться із поняттями відмінка та його взаємодії з дієслівним предикатом.

У нашому дослідженні активно використано теорію семантичного синтаксису чеських мовознавців (праці П. Адамеця,

Г. Бєлічової, Ф. Данеша, Р. Мразека), які вважають, що семантична структура речення повинна враховувати значеннєвий розряд предиката та його семантико-синтаксичну валентність, котра прогнозує якісний і кількісний склад лівобічних та правобічних синтаксем, а також положення Я. Бауера про те, що семантична структура безособового речення у чеській мові визначається якісним рівнем безсуб'єктності: конструкції зі значенням відсутності, неможливості особи, яка спричиняє дію, створюють групу так званих власне безособових конструкцій, а конструкції зі значенням усунення особи створюють групу речень, безособовість яких виникла внаслідок мовної актуалізації, реалізації мовної семантики [Bauer 1972, 129–130]. Дуже важливим елементом теорії чеського безособового речення є той факт, що перша група конструкцій є завершеною, а одиниці, що входять до її складу, можна перерахувати з певною достовірністю; це єдина група, яка базується на безвалентності дієслова, а друга група є величиною відкритою, що регулярно поповнюється за рахунок дії в мові закону аналогії, а також у результаті генетичних особливостей чеської мови (флективність, прийменниково-відмінкова система) [Mluvnice 1987, 171].

У чеській мові група власне безособових конструкцій є фактично сталою величиною, оскільки одиниці, що входять до її складу, можна перерахувати з певною точністю [Bauer 1972, 130]. Кількісна обмеженість предикатів (15,6 % від загальної кількості проаналізованих конструкцій) у власне безособових конструкціях чеської мови зумовлюється специфікою денотативних характеристик речення: коло природних явищ, які мисляться нами поза носієм, є досить обмеженим і не має тенденцій для поширення, оскільки дієслова-предикати власне безособової групи речень у чеській мові є транзитивними, найчастіше одновалентними, тобто припускають лише один прямий об'єкт, по суті – пасивний суб'єкт [Mluvnice 1987, 173]. Відносна замкненість кола предикатів, на базі яких утворюються власне безособові речення у чеській мові, зумовлюється їх структурно-семантичними характеристиками. Зокрема семантика можливого суб'єкта у таких реченнях є тотожною семантиці предиката. Тому суб'єкт у таких структурах не лише не усвідомлюється, а й

є семантично зайвим, хоч семантично пов'язується з предикатом і часто має з ним спільний корінь. Пор.: Zetmělo se; Tmělo se a tmělo; Stmívá se // Tma se stmívá; Nastává tma. Dosud se nesvítilo // Světlo se nesvítilo. Sněží // Pádá sníh. Leje // Lijak leje.

До аналізованої групи власне безособових речень у чеській мові переважно входять конструкції, що вказують на явища природи, стан довкілля. Природно, відповідне значення мають і предикати, які складають основу даних конструкцій, напр.: *Pršet; Šeřit; Mokvat; Smrákat se; Mžit; Vyjasnit se; Oteplit se; Vanout; Sněžit.*

Наші спостереження показують, що дієслова-предикати таких безособових речень – так звані impersonalia tantum – можуть поєднуватися лише з одним іменем-діячем, що передає назву того явища, яке супроводжується названим відповідним дієсловом дії. При цьому безособові предикати можуть співвідносяться з номінативами аналогічної семантики, що відображають ті самі позамовні реалії, але на основі іншої структурно-граматичної конструкції. Пор.: Leje – Lijak; Blýská se – Blesk; Sněží – Sníh; Mrzne – Mráz; Stmívá se – Tma. Кожна з наведених вище предикативних одиниць – іменникова чи дієслівна – є самодостатніми для утворення речень і не потребують жодних облігаторних поширювачів. Напр.: Zetmělo se (J.Růžena:53); Tmělo se a tmělo (K. Sezima:127); Prší (H. Pavlovská:40); Sněží (M. Majerová:61); Šeřilo se (K. Čapek:58); Svítalo (O. Bočková:87). Це, очевидно, пов'язано з тим, що в основі семантики як дієслівного, так і іменного компонентів лежить абстрактне поняття, назва явища природи, яке сприймається як нерозривна єдність діяча і дії. На граматичному (формальному) рівні така своєрідність виражається у неподільності суб'єкта і предиката, у їх дифузному об'єднанні у структурі однієї синтаксеми [Běličová 1982, 25–26; Mluvnice 1987, 172].

Принципова особливість семантики власне безособових конструкцій у чеській мові полягає в тому, що реальний суб'єкт, якому можна приписати різні стани, притаманні вищезазначеним дієсловам, існує у макросвіті, довкіллі. З одного боку такий реальний суб'єкт є очевидним, а з іншого, не номінується через свою множинність, абстрактність [Mluvnice 1987, 44].

Треба відзначити, що у чеській мові до класу власне безособових науковці частково відносять також конструкції, які передають стан людини, істоти (загальне значення – хворобливий стан). Але ступінь безсуб'єктності таких речень порівняно з попереднім типом дещо слабший. Це пов'язано з тим, що у структурі власне безособових конструкцій, які передають стан людини, істоти, наявна вказівка на особу (яку так чи інакше стосується те, про що йдеться у реченні), виражену конкретним іменем, яка відповідає пасивному суб'єкту, точніше об'єкту дії, що передається предикатом і впливає на синкретичність, цілісність, нечленованість суб'єктно-предикатної семантики таких конструкцій [Běličová 1982, 42–43]. Можливо, це пояснюється також тим, що, коли мова йде про стан природи, то суб'єкт і дія сприймаються як єдине ціле, відтворене у семантиці дієслів impersonalia tantum. Іншими словами, обидва плани – зв'язку мови з мисленням і зв'язку мови з дійсністю, які нею відображається, – на рівні impersonalia tantum збігаються, ідентифікуються.

Структури з особовими дієсловами у ролі предикативного ядра у чеській мові складають значну групу безособових речень (65,5 % від усіх аналізованих безособових речень). Серед чеських безособових конструкцій, предикативне ядро яких складають особові дієслова, вжиті у безособовому значенні, тобто набули безособовості внаслідок мовної актуалізації, виділяються такі групи речень:

– речення, які відображають стан людини, істоти. Напр.: *Všem bylo trapno* (H. Malířová:309); *Bylo mi mdlo* (O. Theer:215); *Nebylo nám volno v pařižském vzduchu* (M. Jiránek:319); *Jen nám smutno bez tebe bylo* (L. Ziková:23); *Bylo mi horko* (Mája Z.:38); *Dobře se mu stalo!* (V. Dyk:245); *Dýchalo se rychle a těžce* (J. Opolský:237); *Hrobníka bolelo skoro všude* (B. Říha:75) тощо.

Семантика безособових речень, що входять до складу даної групи, пов'язується із станом істоти, який викликаний зовні, незалежно від її волі [312:172]. При цьому суб'єкт із значенням сприйняття того чи іншого стану визначається синтаксемою у формі непрямого відмінка, його усунено з позиції номінатива, яка асоціюється зі значенням активного діяча. Така семантична мар-

кованість виділених речень взаємодіє з їх структурними особливостями і вказує на спільне значення пасивності, мимовільності;

– речення, які відображають стан природи, довкілля. Напр.: V kuchyni *vonělo* kávou (H. Malířová); *Vonělo* tu velikonočním mazancem, ruměným a křížem pukajícím (M. Majerová:99); V jídelně *vonělo* jablky (J. Hilbert).

Виділена група безособових речень речення характеризуються тим, що, визначаючи специфіку довкілля, такі речення відображають сприйняття людиною цього довкілля. Їхня глибинна семантика безпосередньо пов'язана саме з відображенням відчуттів людини, хоча у чеській мові вказівка на суб'єкт сприйняття у таких реченнях завжди відсутня. Також треба наголосити, що безособове оформлення таких чеських речень вказує, по-перше, на пасивність неназваної особи-суб'єкта, а по-друге, таке оформлення надає змісту речення відтінок узагальненості, мимовільності, глобальної об'єктивності [Mluvnice 1987, 173];

– модальні безособові конструкції, які характеризують ситуативну поведінку людини. У науковій літературі стверджується, що модальні характеристики предиката у слов'янських мовах фактично визначаються модальними характеристиками дієслова. При цьому накладання модальної характеристики на предикат речення виключає можливість накладання її на предикат логічний, який виявляється при членуванні речення на тему і рему. Напр.: *Jak bylo možno jíti v náhlém šeru* (V. Dyk:266); *K vůli rodičů už bylo možno oko přimhouřit* (K. Sezima:141); *Zdálo se mi, že zablouditi nemožno* (V. Dyk:265); *A nebylo lze nobídnout mládeži hrdinu mládežničtějšího než Julka Fučíka* (P. Tigrid:149); *Je mi nemožno zde žíti, nemožno prožíti zde ještě jeden den a snad i noc* (R. Jesenská:62); *Lze krást, lze rabíjet, ale jenom opatrně* (V. Dyk:251); *Kéž by bylo možno zapomenuti* (J.K. ze Lvovic:13).

У чеській лінгвістиці відзначається, що залежно від конкретного значення та від способу наповнення предикативного ядра безособові модальні речення доцільно поділити на декілька підгруп: конструкції зі значенням реальності та конструкції зі значенням нереальності, які, у свою чергу, виражають можливість/неможливість певної дії; бажання/небажання виконання пе-

вної дії; дозвіл на виконання; жадання; примусовість; необхідність необхідність виконання тієї чи іншої дії [Paněnová 1971, 97].

Зауважимо, що для чеських безособових речень цієї групи компонент із значенням пасивного суб'єкта є облігаторним, їхня семантика повністю пов'язана з характеристикою людини, живої істоти, а своєрідність полягає у тому, що вони передають відношення особи до будь-якої дії, стану чи ситуації. Відношення ж визначається не самою особою, а зовнішніми причинами і обставинами, які не залежать від волі особи.

Наші спостереження над аналізованими конструкціями дозволяють стверджувати, що семантика безособових речень із предикатами-дієсловами, пов'язаними зі значенням стану людини, у чеській мові зумовлюється фізіологічними (природними) особливостями організму. Найчастіше такі предикати передають відчуття негативного, хворобливого характеру, а особа, яка відчуває їх, є об'єктом сприйняття даних відчуттів, об'єктом локалізації дії, викликаної подібними відчуттями. Неможливість визначення активного виконавця дії в подібних конструкціях зумовлюється характером позамовної референції: дія є результатом певної причини, але безпосередньо ніким не виконується. Подібна мовна специфіка чеської мови зумовлюється, на нашу думку, особливістю мислення (особливістю світосприйняття) носіїв мови. Напр.: *Tříslo se jeho* (J. Hilbert:88); *Mrazilo je rozechvěním* (V. Vančura:78); *Mrazilo ji na nahých pažích* (K. Čapek:384); *Mrzelo mě, že s naší chystané cesty sešlo* (I. Klíma:212); *Na chvíli jí blesklo mozkem* (K.Sezima:160); *Chytlo mne a už nepustilo* (J. Matělka:203); *Mně kručelo v žaludku* (O. Bočková:30); *Štvalo mne z jedněch snů do druhých, bez ustání, bez milosrdenství* (O. Theer:216). І хоча в чеській мові більшість дієслів-предикатів із такою семантикою є багатозначними, і вони, крім безособового значення, можуть вказувати ще й на особове значення (*Mrazí mě po celém tele – Mráz mrazí*), безособові конструкції у досліджених текстах зустрічаються досить часто.

Отже, значення безособових речень у чеській мові мотивується семантикою предикативного ядра різних типів аналізова-

них односкладних одиниць. Якщо власне-безособові речення зі значенням impersonalia tantum чи стану істоти у чеській мові є втіленням максимальної семантичної безособовості, результатом змістової (пропозиційної) неможливості суб'єкта, то у конструкціях, предикативне ядро яких складають особові дієслова, вжиті у безособовому значенні, безособовість функціонує як результат мовної актуалізації, зокрема, як результат мовної маркованості. Специфіка семантичної маркованості досліджених безособових конструкцій у чеській мові відображає наявність позамовних опозицій: визначеність/невизначеність у називанні кількості, наявність/відсутність, привласненя/не привласнення.

Семантичні характеристики безособових речень у чеській мові дозволяють виділити такі специфічно марковані групи: речення, що виражають переживання, настрої, фізичні відчуття людини – складають 55,7 % від загальної кількості; що виражають процеси (стани), які відбуваються у природі, довкіллі – становлять 27 % від загальної кількості; що виражають заперечення наявності якогось факту чи дії – 1,3 %. Безособові речення з предикатом, ускладненим власне модальними характеристиками, складають 15,6 % від загальної кількості, з них значення можливості чи неможливості простежується у 9,4 % виявлених безособових одиниць; бажання чи небажання – 2,5 %; необхідності – 1,9 %.

Проаналізований масив безособових речень дає підстави стверджувати, що найпоширенішим семантичним типом у чеській мові є конструкції, які вказують на емоційну сферу людини, її фізичні відчуття. Можна припустити, що такі односкладні речення є одними з найдревніших, оскільки активно функціонують і в інших сучасних слов'янських мовах.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Адамец П.* К вопросу о синтаксической парадигматике / П. К. Адамец // Языкознание в Чехословакии: [сб. статей 1956–1974 / под ред. Широковой А.Г.] – М. : Прогресс, 1978. – С. 203–215.

2. *Bauer J.* Syntactica slavica / J. Bauer. – Brno : Univerzita J.E. Purkyně, 1972. – 471s.

3. *Běličová H.* Semantická struktura věty a kategorie pádu / H. Běličová. – Praha : Academia, 1982. – 160 S.

4. *Mluvnice češtiny*. Díl 3. Skladba. – Praha: Academia, 1987. – 746 s.
5. *Panĕnová J., Benešová E., Sgall P.* Čas a modalita v češtině / Jarmila Panevová, Eva Benešová, Ppetr Sgall. – Praha : Univ.Karlova, 1971. – 169 s.

Стаття надійшла до редакції 28.04.15

М. М. Калениченко, канд. филол. наук, асист.
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченка

Предикативность и модальность как семантические признаки безличного предложения

В статье проанализирована смысловая организация безличного предложения с учетом его формальных признаков, а также сосредоточено внимание на использовании исследователями различных методов и приемов анализа синтаксических единиц с маркированной семантикой.

Ключевые слова: *безличное предложение, предикативная основа предложения, семантическая структура, функциональный синтаксис, модальность.*

M. Kalenychenko, instructor, candidate of philological sciences
Institute of philology Kyiv Taras Shevchenko National University

Predicativity and modality as semantic indications of impersonal sentence

Organization of the impersonal sentence with its formal indications is analysed in this article. The attention is paid to using different methods and ways of analysis of semantic units with marked semantics under researching syntactical semantics of speech units.

Key words: *impersonal sentence, predicative stem of a sentence, semantic structure, functional syntax, modality.*

УДК 811.111'22:004.738.5

М. В. Каратаєва, канд. філол. наук
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

МЕДІАКОНВЕРГЕНЦІЯ ТА КУЛЬТУРНО-ПРОСВІТНИЦЬКА ФУНКЦІЯ ДІСКУРСУ ВСЕСВІТНЬОВІДОМИХ БРЕНДІВ

Статтю присвячено дослідженню сучасної віртуальної комунікації на матеріалі культурно-просвітницьких медіапроектів світових брендів. Аналізуються можливості та переваги використання новітніх технологій, особливості медіаконвергенції, ефективність поєднання елементів

різної семіотичної природи, найбільш популярні аргументативні та риторичні прийоми.

Ключові слова: *візуалізація, віртуальна комунікація, віртуальний дискурс, гіпертекст, конвергенція, семіотична система.*

Технологічний прорив кінця XX – початку XXI століття, пов'язаний з освоєнням нових комп'ютерних технологій та мережі Інтернет, спричинив серйозні зміни у способі життя та мислення людини. Внаслідок постійного прискорення процесів комунікації за рахунок розвитку та поширення інноваційних технологій сучасне суспільство перебуває у стані постійної трансформації, а людське існування розгортається не лише в предметному світі, але й у семіосфері. Можливість нехтувати просторовими і часовими кордонами, що розділяють комунікантів, гіпертекстова технологія, яка передбачає семантичні й асоціативні відношення між різними Інтернет сайтами, та поява принципово нових способів фіксації та трансляції інформації – не лише у вигляді вербального тексту, але й іконічних і аудіальних фрагментів, музики, анімації, відео тощо – привели до того, що мережа Інтернет стає реальним світом існування, комунікації та розвитку людини, виступає замінником природного й матеріального середовища.

Важливою причиною, що вплинула на розвиток сучасного віртуального дискурсу, стала інформатизація, тобто формування нової культури взаємодії з інформацією та ставлення до неї [2, 5, 6]. На технологічному рівні головними напрямками перетворення медіасистеми стали інтерактивізація, завдяки якій користувач Інтернету має можливість активно взаємодіяти з системою надання інформації, дигіталізація та конвергенція [10, 11, 12]. Дигіталізація, тобто переведення текстової, графічної, аудіо-, відеоінформації у цифровий формат, зрозумілий сучасним комп'ютерам, дозволяє легко передавати повідомлення по будь-якому каналу електронної комунікації, що усуває відмінності між різними формами існування й трансляції інформації та приводить до її конвергенції (зближення, злиття). Залежно від сфери застосування поняття дослідники пропонують різні тлумачення терміна "конверенція", кожне з яких акцентує увагу на певному її аспекті [8]:

– технологічна конвергенція засобів масової інформації, як злиття технологій виробництва і поширення інформації, завдяки чому в єдиному мультифункціональному пристрої споживач отримує інформацію з різних технічних носіїв;

– конвергенція послуг, яка передбачає появу на базі таких пристроїв спільних послуг, що є різними за своєю суттю, але надаються в один і той самий "електронний" спосіб;

– конвергенція жанрів і форм, що виражається в існуванні онлайнових та офлайнових форм засобів масової інформації, проникненні й асиміляції жанрів, які раніше були властиві якійсь одній з медіаплатформ, в інші [1, 4], виникненні й розвитку нових інтегрованих (або гібридних) жанрів – infotainment та edutainment, в яких поєднано інформаційно-освітні та розважальні компоненти;

– конвергенція медіа, тобто зближення різних сфер інформаційно-комунікаційної діяльності: журналістики, піар, реклами, маркетингу та ін. [3].

Конвергенція засобів масової інформації створює умови для формування єдиної технологічної та економічної бази медіапростору, для тісної взаємодії, взаємопроникнення і взаємовпливу між раніше функціонально незалежними сферами та ринками, що привело до якісного вдосконалення медіапродукту, зміни його змісту і технологій створення. На думку Генрі Дженкінса, сучасне суспільство, змушене обробляти, інтерпретувати та зберігати постійно зростаючі масиви інформації, перейшло до конвергентної культури, розуміння якої залежить від взаємовідносин понять медіаконвергенції, колективного інтелекту та колективної культури. Поняттям "конвергенція" дослідник позначає циркуляцію інформації, що включає безперервний рух контенту через різні медіаплатформи, взаємодію між різними медіаіндустріями та мандрівний стиль поведінки аудиторії, яка згодна слідувати куди завгодно заради бажаної розваги. Дженкінс не погоджується з тими, хто вважає, що конвергенцію потрібно розглядати як технологічний процес, завдяки якому за рахунок схожих пристроїв і гаджетів в одному місці можна зібрати безліч медіа-

функцій, і наполягає на тому, що це, в першу чергу, якісне зрушення у культурній логіці, що характеризується співіснуванням двох потоків впливу: виробників інформації (медіаконгломератів), які намагаються поширити свій вплив шляхом використання різних медіаплатформ, з одного боку, і споживачів, які бажають отримувати та обмінюватися інформацією у будь-який час і в якій завгодно формі, з іншого [9]. Таким чином, медіаконвергенція – це поняття, яке дозволяє описати технологічні, культурні та соціальні зміни в суспільстві, коли кожна історія розповідається, кожний бренд продається і кожний зацікавлений приймає участь завдяки існуванню безлічі медіаплатформ та активній участі споживачів, які стимулюють пошук нової інформації та створють зв'язки між розрізненим медіаконтентом.

Важливим наслідком конвергенції у комунікаційно-інформаційній сфері стала зміна самого інформаційного продукту: текст, звук, графіка, фото, анімація, відео інтегруються в єдиний інформаційний комплекс, на позначення якого використовують термін "мультимедіа". Включення до мультимедійних файлів інформації різного типу (вербальної і невербальної, аудіо, відео, графічної та ін.), покликаної впливати на всі органи чуття людини, значно полегшує сприйняття тексту, а універсальний цифровий код, у формі якого вони існують, спрощує процес передачі та отримання інформації за допомогою сигналу, а також сприяє прискоренню процесу комунікації, роблячи її практично еквівалентною міжособистісному спілкуванню.

Нові тенденції розвитку медіапростору були відповідним чином використані компаніями, що прагнуть до глобального панування. У наш час для успішної комунікації з аудиторією всесвітньовідомі бренди використовують кілька медіаплатформ, диверсифікуючи інформацію для кожної з них. Внаслідок якісного вдосконалення віртуальної комунікації завдяки інтерактивізації, дигіталізації інформації та мультимедійним технологіям, досить значна частина взаємодії відбувається через сайт. Отже, на сайт компанії повинні вести гіперпосилання з сайтів інформаційних і популярних видань, на сторінках яких

згадуються відповідні бренди, в той час як організація сайту повинна передбачати можливість поділитися інформацією у соціальних мережах. Зазвичай, останні оформляють у вигляді іконок-логотипів сервісів, що, з одного боку, можна пояснити їх впізнаваністю, а з іншого – дозволяє компактно й ергономічно розмістити інформацію на сторінці (рис. 1).

Рис. 1. Іконки-гіперпосилання на сайти соціальних мереж (сайт Lanvin)

У переважній більшості випадків інтернет-користувачі можуть знайти інформацію або об'єкти, які їх цікавлять, за допомогою пошуку. Проте, намагаючись завоювати якомога більшу аудиторію, розробники сайтів відомих брендів винаходять інструменти та запускають проекти, що мають на меті не тільки привернути увагу до останньої колекції компанії, а викликати додатковий інтерес, змусити затриматись на сайті та, більш детально ознайомившись із запропопнованою інформацією, дізнатись щось нове й цікаве про історію компанії та її місце в сучасному світі моди (*The House of Nina Ricci, Our History Burberry, Lanvin Heritage, Our Story Fendi, Turnbull & Asser 130 Years, The Story of Dior, Since 1947 Dior, Inside Chanel*), зв'язок із мистецтвом, культурою, видатними подіями XX ст. (*Burberry Acoustic,* ***Women's Tales Miu Miu, The Alphabet Chloe,*** *Exhibitions Dior*), про видатних людей, чиї імена пов'язані з брендом (*Life at Lanvin, DKNY Women Who Inspire*), участь у благодійних кампаніях (*Fendi for Fountains*) та ін.

Креативним та ефективним прикладом популяризації бренду у віртуальному просторі став проект *Women's Tales* бренду Miu Miu, запущений в 2013 році за ініціативи засновниці Міучче Прада, яка є прихильницею ідей фемінізму. Women's Tales складається з серії міні-фільмів про життя сучасної жінки: сімейні проблеми, можливості самореалізації, мрії. Фільми зняті молодими жінками-режисерами з різних країн: Аліче Рорвакер, Лукресією Мартель, Мессі Таджедін, Джадою Колагранде, Авою

ДюВерней, Хіам Аббасс, Йонг Кім Со та Мірандою Джулай. Це сприяє тому, що мова у них йде про питання, які хвилюють жінку в широкому розумінні цього слова, а не як представницю якоїсь конкретної культури чи моделі світосприйняття. Наприклад, фільм Йонг Кім Со "Іскра і світло", розповідає історію жінки в якої ламається автомобіль, коли вона їде до матері, яка помирає у лікарні. Поки жінка чекає на рятувальників, вона засинає і бачить уві сні матір. Такою, якою вона була раніше. У фільмі переплітаються два образи матері: молодої, люблячої, повної сил жінки і жінки, що помирає на лікарняному ліжку. Таким чином, глядачів спонукають замислитись над глибоко філософськими питаннями буття і небуття, переплетення, зміни та переходу станів дитинства, зрілості та смерті. У такий спосіб у віртуальному дискурсі Miu Miu відбувається конвергенція дискурсу сучасного кіномистецтва, дискурсу фемінізму (режисери – молоді жінки-представниці різних культур, фільми присвячені питанням жінки в сучасному світі), рекламного дискурсу (проект *Women's Tales* є одним із способів популяризації бренду) та дискурсу моди (усі герої одягнені виключно в речі Miu Miu).

У сучасному дискурсі всесвітньовідомих брендів спостерігається конвергенція вербальної і візуальної інформації, інтеграція елементів інших семіотичних систем, використання асоціативного потенціалу кольору та шрифту. Наприклад, на корпоративному сайті французького дому моди Hermes інформацію про компанію, історію бренду, продукцію, знакові речі та моделі, важливі події та ін. подано у форматі відео, які організовані у вигляді мозаїки. Якщо користувачів цікавить якась особлива тема, то вони можуть обрати відповідний розділ у меню зміст: *horse, silk, know-how, cultural events, surprises, travel, history, men*. Система автоматично організує та запропонує до уваги аудиторії лише ті відео, що відповідають обраній темі (рис. 2). Якщо інтернет-читача цікавить якийсь конкретний матеріал, то є можливість скористатися системою розширеного пошуку: *search.*

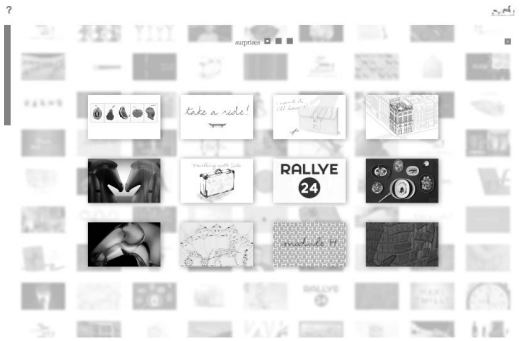


Рис. 2. Відео теми Surprises на фоні відеомозаїки на сайті Hermes

Скориставшись гіперпосиланням у верхньому лівому куті сторінки – знаком запитання, що є аналогом прохання про допомогу, – користувачі переходять на нову сторінку зі схематичним візуально-вербальним роз'ясненням, як користуватися сайтом. Символічно-оформлений чоловічок з крилами та собака у паперовому човні у розважливій формі пояснюють призначення сторінки з підказками: *to ensure a good flight … and a direct navigation* (рис. 3).

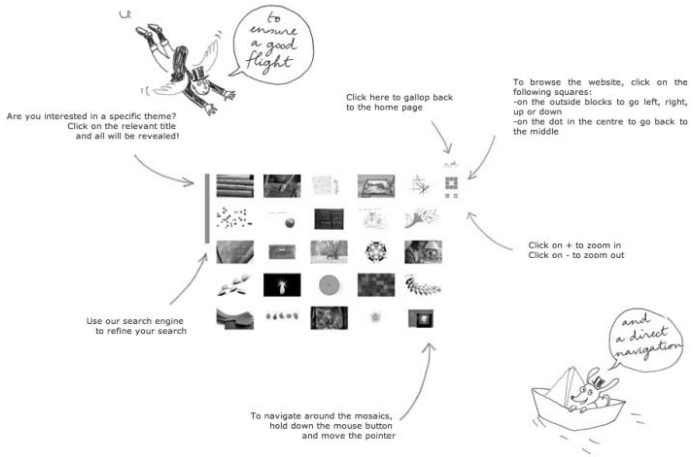


Рис. 3. Сторінка з пояснювальною інформацією

Мультимедійність й інтерактивність забезпечуються переважно візуальними засобами. Проте швидка й зрозуміла навігація сторінками медіапроекту Hermes *La Maison des Carrés* – віртуальна подорож будинком, у кожному вікні якого продаються хустки відомого модного дому – великою мірою залежить від креативного поєднання вербальних і візуальних елементів. Презентація кожної хустки включає коротке інформаційне повідомлення про хустку (назва, матеріал, розмір, ім'я дизайнера, артикул), динамічне зображення хустки (покликане створити у відвідувачів відчуття повного занурення в атмосферу легендарного дому Hermes), фотогалерею, інформаційне відео (як правильно зав'язати й носити хустку-каре), пропозицію переглянути такі самі хустки іншого кольору, цікаву історію (розповідь про орнамент, історію створення тощо), доступні сервіси та пропозицію ознайомитись з іншими моделями модного дому. Усі хустки об'єднані у певні групи, принцип категоризації яких не є однорідним. Результат аналізу назв дозволив виділити такі кластери: хустки, об'єднані за тематичним принципом (*Artist's Life, Carte Blanche, Horse & Equestrian, Zebra Pegasus, A l'Ombre des Boulevards, La Maison des Carres, History & Mythology*), за розміром, матеріалом або технологією фарбування хустки (*Plain Scarves, Maxi-Twilly, Scarves and Maxi-Twilly Foulards, Silk Twill 90 Scarves, Vintage Silk 70 Scarves, Giant Scarves, Dip Dye Scarves*), за функціональним призначенням (*Scarf Rings, La Chambre des Garçons*). Запрошення дізнатися більше оформлене у вигляді двох речень, перше з яких має на меті створити інтригу, а друге – спонукає дізнатися щось нове, залучитись до процесу співтворчості, спокушає реалізувати свої бажання:

Straight from the artist's palette. Express yourself
Horse around with a stable of designs. Find your steed
These scarves are out to impress. Open your eyes
One format, yet a maximum of ways to wear. Go to new lengths
A hide and seek of colours. Play the game
Wake up to the soft caress of cashmere and silk. Awaken your desire
A divine design with an Eastern flavor. Savour it
Silk takes an epic turn. See the stuff of legend
Every color has its corner on this carré. Create your combination

Silk is a right of man… Sign the petition
Knot a problem ever again. Smooth them away

Конвергеція вербальної розповіді, фотоматеріалів та відеофрагментів спостерігається у медіапроекті ***The Alphabet Chloé***, що з'явився з нагоди справляння шістдесятиріччя бренду і в якому у креативний спосіб представлено його історію. Вибір назви є невипадковим, оскільки засновниця марки Габі Аг'єн використовувала літери по алфавіту для позначення своїх колекцій. Проект складається з 26 розділів, що відповідає кількості літер англійського/ французького алфавіту, кожній з яких Chloé присвячує окрему сторінку (рис. 4).

Рис. 4. Сторінка *The Alphabet Chloe*, присвячена літері C, темі counter-couture

Прочитавши коротку розповідь-презентацію кожної літери, користувачі можуть ознайомитись з фотогалереєю (*The Gallery*, перейти до якої можна, скориставшись гіперпосиланням-зв'язкою *View* зі схематичним зображенням стрілки), у якій представлені роботи зі старих рекламних кампаній, скетчі та замальовки моделей, і переглянути короткий відеосюжет на відповідну тему (*The Film*, перехід до якого організовано шляхом гіперпосилання *Watch*). Наприклад, п'ять літер назви бренду розшифровуються таким чином: C – counter-couture, що символізує розкіш прет-а-порте, яку протиставлено високій моді, H – horses, які відповідають вільному духові дому моди, L – light, що

має на меті створити гарний позитивний настрій, O – символіка округлості, круглих форм, які часто використовують у колекціях, E – embroidery. Таким чином, у відеокнизі ***The Alphabet Chloé*** спостерігається конвергенція вербальної розповіді, іконічних (фотогалерея) і відеоматеріалів.

Капіталізація слів у реченні досить широко використовується у сучасній англомовній віртуальній комуікації. Цей прийом фокусує увагу на "правильних" словах, що викликає інтерес, апелює до емоційної сфери адресата, активує асоціативне мислення і фантазію користувачів, слугує створенню відповідного іміджу бренду, кращому розумінню підходу компанії до робочого процесу, сприяє залученню до творчої співпраці:

I want to see BEAUTIFUL WOMEN, not beautiful clothes…

When I design a collection, I always start by DREAMING UP A STORY…

Others may think I am FAR AWAY… but I'll be there, DRAWING, DRAWING…

This job cannot be done remotely, by email or telephone… I NEED TO TOUCH, SEE, FEEL, SPEAK. I need to get into the kitchen myself, but I can't just follow established recipes.

Her unconditional LOVE for her daughter FIRED her CREATIVITY.

TALK to DETAIL and INTERACT with FABRICS

Триразове повторення та синтаксичний паралелізм посилюють риторичний ефект реклами:

When I sketch a collection,
I think of NEW STORIES,
NEW VOLUMES,
NEW DETAILS.
It's not about a front or a back of a dress,
It's about what is in between;
THE BODY;
THE HUMAN BEING;
THE PERSON

Незважаючи на зростаючу популярність іконічних та відеофрагментів, успіх та ефективність віртуальної комунікації всесві-

тньовідомих брендів значною мірою залежить від вправного використання аргументативних прийомів, що виражається у креативному використанні риторичних прийомів і ретельному відборі вербальних одиниць.

With imagination as his ***luxurious refuge*** *and fantasy as his* ***creative oasis****, there is always something new for him to explore* (метафоричне порівняння).

He dramatises a ***story that flirts with reality****, bringing colour to its cheeks* (уособлення).

Our ***clothes don't scream, they whisper****, so it takes more time* (уособлення).

The ***advantage*** *of* ***abstraction*** *is its* ***attraction*** (алітерація).

He is a purposefully solitary citizen of a land where words slip away and inspiration comes ***in its own time***, ***in English***, ***in Hebrew***, ***in taffeta, jersey or silk*** (хіазм).

Vintage-inspired softness *with modern lines*.

Використання слів іншомовного походження, з одного боку, створює грайливий настрій, а з іншого, вводить користувача у світ високої моди, підкреслює розкішність та високий клас бренду:

It was in this year that Jeanne Lanvin joined the ***syndicat de la couture****, the designers' union, and entered into the very closed world of French fashion houses.*

Walk the silk road, wander the silk boulevards. Find the ***flâneur*** *in you!*

Innovation, technology and ***savoir-faire****…*

Вдалим прикладом ефективної медіаконвергенції став розділ *The Colors of Chanel* відеокниги *Inside Chanel*, у якому розповідається про п'ять кольорів – чорний, білий, бежевий, золотий, червоний, – що займають особливе місце у філософії бренду (рис. 5). На початку розділу вони під аудіальний супровід – голос за кадром повідомляє, акцентує та уточнює кожний колір – по черзі з'являються на екрані, розміщені на тлі відповідного об'єкту модного дому, що покликане повністю заволодіти увагою реципієнта.

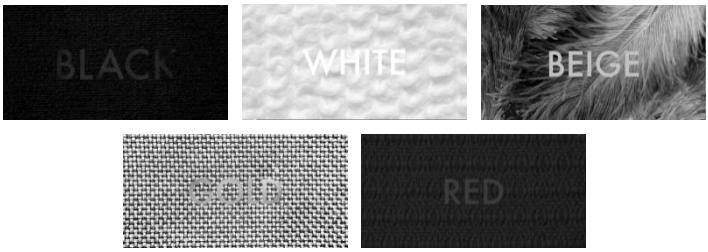


Рис. 5. Медіаконвергенція у відеокнизі *Inside Chanel*

Після цього у дуже лаконічній формі зроблено презентацію кожного знакового кольору, у якій відбувається конвергенція вербального тексту-розповіді, відомих цитат Коко, фотографій, відеофрагментів і музики. На увагу залуговує композиція тексту: майже кожне речення починається словом because (анафоричне повторення):

*Black, **because** it accentuates the essential and recalls the monastic rigor of the uniforms at the Aubazine orphanage ... **because** it creates depth among other colors ... **because** for Gabrielle Chanel, "it reveals a woman's radiance"...*

*White, **because** in the beginning there was white ... **because** it illuminates Coco's strands of pearls, her camellias and the bouquets of flowers that surround her with perpetual Spring ... **because** it captures light, illuminates the face, enhances beauty...*

*Beige, **because** it is warm, simple and natural ... **because** it is for her the colour of the outdoors, of a natural complexion, and the healthy glow of skin kissed by the sun ... **because**, against the sacred union of black and white, it offers a counterpoint, an element of neutrality and heightened elegance...*

*Gold, **because** it embraces both the genuine and the faux ... **because** it shines within the № 5 bottle, because it adorns the chain of the quilted bag and the bottoms of suits ... **because** it is the triumph of Chanel.*

*Red, **because** "it is the color of life, of blood" ... **because** it permits, when used as the lining of a purse, a quick find of what one is looking for ... **because**, worn on the lips, it became Gabrielle's*

signature and her declaration of good spirit ... ***because*** *it is the colour of passion, of courage, of fire and of energy.*

Finally, black and white together. ***Because*** *one cannot exist without the other.* ***Because*** *they are absolutely pure and in perfect accord.* ***Because*** *they are the stroke of Karl Lagerfeld's pen.* ***Because*** *they are the signature of Chanel*.

Висхідна градація – нанизування аргументів, які пояснюють мотиви та причини вибору саме цих п'яти кольорів – не лише сприяє посиленню експресивності відео, а й надає динамізму, що приводить до швидшого переконання реципієнта у правильності її рішення.

Зміна медійного ландшафту, віртуалізація сучасного комунікативного простору та поява нових форм і засобів презентації інформації привели до зростання ролі онлайнових технологій у комунікації всесвітньовідомих брендів зі своїми прихильниками. Культура конвергенції надає компаніям можливість у легкій, доступній та цікавій формі ознайомити споживачів з усіма сферами діяльності компанії, креативно інтерпретувати історію, філософію та сучасні тенденції розвитку, що не лише впливає на виникнення стійкого інтересу до продукції конкретного виробника, а сприяє культурному та світоглядному збагаченню й інтелектуальному розвитку користувачів Інтернету.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Вартанова Е. Л.* К чему ведет конвергенция СМИ? [Електронний ресурс]. // Информационное общество, 1999. – Вып. 5. – С. 11–14. – Режим доступу: http://emag.iis.ru/arc/infosoc/ emag.nsf/BPA

2. *Галкин Д. В.* Техно-логика новых медиа: к проблеме генезиса цифровой культуры [Електронний ресурс] / Д. В. Галкин // Гуманитарная информатика. Открытый междисциплинарный электронный журнал. – 2005. – Вып. 3. – Режим доступу: http://huminf.tsu.ru/e-jurnal/magazine/3/gal.htm

3. *Горошко Е. И.* Функционирование Гипертекста в среде конвергентных медиа: Лингвистический анализ. // Материалы II международной конференции, 18-20 октября 2011 / отв. Редактор С. А. Стройков. – Самара: ПГСГА, 2011. – 194 с. – с. 22–40.

4. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / Качкаева А. Г., Кирия И. В., Коломеец К. Г. и др.; под ред. А. Г. Качкаевой. – М.: Фокус-медиа, 2010. – 200 с.

5. *Иванов Л. Ю.* Язык интернета: заметки лингвиста [Електронний ресурс] / Л. Ю. Иванов // Словарь и культура русской речи. – Режим доступу: www.faq-www.ru/lingv.htm.

6. *Соколов А. В.* Информационное общество в виртуальной и социальной реальности / А. В. Соколов. – СПб. : Алетейя, 2012. – 351 с.

7. Человек техногенной цивилизации в условиях информатизации общества : [коллективная монография] / редкол.: Иванов В. Е. (гл. ред.) и др. – Калининград : ФГБОУ ВПО "Калининградский государственный технический университет"; Калининградское отделение Международной Академии информатизации, 2011. – 504 с.

8. *Baehr, Cr., Schaller, B*. Writing for the Internet / Craig Baehr, Bob Schaller. – Santa Barbara, California: Greenwood Press. An Imprint of ABC-CLIO, LLC, 2010. – 241 p.

9. *Jenkins, H.* Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. – New York: New York University Press, 2008. – 368 p.

10. *Rückriem G., Ang-Stein Cl., Erdmann J. W.* "Understanding Media Revolution – How Digitalization is to be Considered" [Електронний ресурс]. // Georg Rückriem, Claudia Ang-Stein, Johannes Werner Erdmann. – In Workshop Tätigkeitstheorie und kulturhistorische Schule, 7 (2011). – P. 77–97. – Режим доступу: http://shiftingschool.files.wordpress.com/2011/04/understanding_mediarevolution.pdf.

11. *Rückriem, G.* Digital Technology and Mediation: A Challenge to Activity Theory. / A. Sannino, H. Daniels, K. D., Gutierrez (Ed.) // Learning and Expanding with Activity Theory. – Cambridge: Cambridge University Press, 2009. – P. 88–111.

12. *Streitz, N. A.* The Disappearing Computer. / T. Erickson, D. McDonald (Ed.) // HCI Remixed: Reflections on Works that have Influenced the HCI Community. – Cambridge: MIT Press, 2008. – P. 55–60.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

http://125ans.lanvin.com
http://all-en.hermes.com/la-maison-des-carres.html/?&xtor=AL-86002
http://alphabet.chloe.com
http://inside.chanel.com/en/colors-of-chanel
http://lesailes.hermes.com/na/en/
http://ru.burberry.com/our-history/#/heritage/heritage-1800-1
http://turnbullandasser.co.uk/130years/
http://www.dior.com/couture/en_int/la-maison-dior
http://www.fendi.com/ii/the-magic-of-fendi/la-nostra-storia.html
http://www.miumiu.com/en/women_tales
https://www.ninaricci.com/en-US/The-House-of-Nina-Ricci

Стаття надійшла до редакції 9.04.15

М. В. Каратаева, канд. филол. наук
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

Медиаконвергенция и культурно-просветительская функция дискурса всемирно известных брендов

Статья посвящена исследованию современной виртуальной коммуникации на материале культурно-просветительских медиапроектов мировых брендов. Анализируются возможности и преимущества использования новейших технологий, особенности медиаконвергенции, эффективность сочетания элементов разной семиотической природы, наиболее популярные аргументативные и риторические приемы.

Ключевые слова: *визуализация, виртуальная коммуникация, виртуальный дискурс, гипертекст, 318онвергенція, семиотическая система.*

M. Karataieva, Cand. Phil. Sci.
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

Media convergence and cultural and educational role of the world famous brands' discourse

The article investigates the modern virtual communication based on the cultural and educational media projects of global brands. Possibilities and advantages of new technologies, peculiarities of media convergence, effectiveness of combining of different semiotic systems and the most popular argumentative and rhetorical devices are under examination.

Keywords: *visualization, virtual communication, virtual discourse, hypertext, convergence, semiotic system.*

УДК 378.147:81:004

І. В. Карпенко, асп.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ВПЛИВ НОВІТНІХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ УЧИТЕЛІВ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

У статті визначаються та характеризуються основні межі впливу НІТН на формування професійної компетентності майбутніх учителів англійської мови, доведено, що елементи комп'ютерного навчання можуть застосовуватись разом із традиційними педагогічними технологіями.

Ключові слова: *новітні інформаційні технології навчання, професійна компетентність, майбутній учитель англійської мови.*

Державні стандарти освіти вимагають від типових вищих навчальних закладів досконалої підготовки майбутніх педагогів. Відомо, що термін "новітні інформаційні технології навчання" (НІТН) з'явився порівняно недавно, тому не є до кінця концептуально сформованим. Проте, використання таких перспективних педагогічних технологій у навчанні, зокрема англійської мови, з кожним днем все активніше. І.В. Роберт стверджує, що засоби інформаційної освіти – це засоби нових інформаційних технологій у сукупності з навчально-методичними, нормативно-технологічними й організаційно-інструктивними матеріалами, що забезпечують їх педагогічно доцільне використання [3].

Питанням впливу інформаційних технологій на формування педагогічної компетентності учителів англійської мови дослідники почали займатись ще в минулому столітті. На сьогоднішній день це питання активно вивчається в усіх країнах світу. Ізвозчиков В. А. (Росія), Шолохович В. Ф. (Росія), Роберт І. В. (Росія), Машбіц Е. І. (Україна), Вівіан де Ландшеєр (Франція) та багато інших закордонних та вітчизняних дослідників роблять неабиякий внесок у вдосконалення системи навчання за допомогою залучення НІТН.

Незважаючи на те, що різним аспектам використання НІТН у вищих навчальних закладах присвячена достатня кількість досліджень, питання їх впливу на формування професійної компетентності майбутніх учителів англійської мови потребує відповідної розробки. Саме тому в цій статті ми пропонуємо детально розглянути питання впливу НІТН на формування професійної компетентності майбутніх учителів англійської мови.

Мета статті – визначити та охарактеризувати основні межі впливу НІТН на формування професійної компетентності майбутніх учителів англійської мови.

Проблема зміни освітньої парадигми з традиційної на особистісно-орієнтовану все частіше обговорюється серед сучасних дослідників питання актуалізації педагогічної освіти у вищих навчальних закладах освіти. В теперішній час

особливо активно зростає використання інформаційної техніки для виробництва, створення, редагування, зберігання та розповсюдження інформації, а особливо – знань. Прогресивно розширюється процес інформатизації суспільства в усіх сферах людської діяльності, і система освіти не є винятком. Застосування НІТН у процесі підготовки учителів англійської мови допомогло б позитивно вплинути на наступні п'ять аспектів навчання.

1. Перехід від стандартного до особистісно-орієнтованого способу навчання.

Особистісно-орієнтоване навчання майбутнього учителя англійської мови має важливе значення у процесі формування його педагогічної компетентності. Такий спосіб навчання дозволить не тільки навчити новим педагогічним технологіям, а й значно розширити потенціал молодого спеціаліста шляхом визначення його талантів у сфері педагогічної діяльності.

2. Перехід від авторитарного стилю навчання до колективної навчально-пізнавальної діяльності;

Загальновідомо, що авторитарний стиль навчання має не тільки недоліки, але й переваги, тому він застосовується до наших часів у процесі підготовки учителів. Звісно, легше підготуватись до заняття під час якого викладач стоїть перед аудиторією і подає відповідний матеріал у формі лекції, але більш ефективним буде в такому випадку колективна навчально-пізнавальна діяльність. Така діяльність має на меті не тільки обмін тематичною інформацією, а й практичну реалізацію засвоєних раніше умінь та навичок у колективі.

3. Інтерактивні сучасні практичні завдання замість прослуховування годинних лекцій.

В процесі навчання іноземній мові, зокрема, англійської – вибір навчальних програм, практично, без обмежень: орфографічні, фонетичні, граматичні, лексико-граматичні тести, тексти, вправи, діалоги, караоке, відео-сценарії, відеофільми іноземною мовою, можливість прослухати себе та диктора, тощо – все це з одного боку робить заняття інтерактивним, цікавим та ефектив-

ним, а з іншого – значно розвиває та, згодом, формує професійну компетентність майбутніх учителів, розвиваючи в них зріст професійно-педагогічних якостей, самостійність, самовдосконалення, рефлексію, гнучкість, творчий потенціал, кругозір, самостійне мислення, відповідальність тощо.

4. Різні комп'ютерні програми – засіб не лише наочності.

Сфера використання комп'ютерних програм у навчанні англійської мови значно розширюється з кожним днем. Сьогодні масово створюються та активно пропагуються різноманітні портали, сервіси та бази за допомогою яких дуже легко зробити заняття з англійської мови інтерактивним. Якщо раніше наочність відігравала майже головну роль на занятті, то сьогодні НІТН – це засіб, за допомогою якого враховуються індивідуальні особливості не тільки візуалів, а й аудіалів та кінестетиків. НІНТ у навчанні допоможе вирішити наступні три найпоширеніші проблеми випускників: читати неадаптовані тексти англійською мовою, розуміти аудіоматеіали різної складності та вільно говорити англійською мовою на вільні теми. Кожен майбутній викладач англійської мови повинен навчитися знаходити та користуватися новітніми засобами навчання.

5. Викладач – центральна складова системи навчання, а НІТН – допоміжна опція.

Важливо розуміти, що НІТН не повинні заміняти викладача на занятті. Незважаючи на привабливість та ефективність усіх вищезазначених НІТН викладач залишається центральною ланкою системи навчання. НІТН відіграють хоча і важливу, але не головну роль. Елементи комп'ютерного навчання можуть застосовуватись разом із традиційними педагогічними технологіями.

Комп'ютерні програми та додатки для мультиплатформ, які можна використовувати під час навчання фонетики, граматики, лексики та орфографії, зазначені у таблиці 1.

Матеріали статті можуть бути використані при проведенні інтерактивних занять із студентами – майбутніми викладачами англійської мови.

Таблиця 1

Характеристика граматичних додатків з англійської мови

Лексика		Граматика		Фонетика		Орфографія	
Програма	Система	Програма	Система	Програма	Система	Програма	Система
Learn Words	Асоціація "слово-переклад", "переклад-слово", написання слова, вимова слова, сприйняття на слух, система повторень по Еббінгаузу	Lingvo.ru	Приклади вживання слова в часі	Online Science Classroom	Сценки-скоромовки, інтерактивні мультфільми, анімація	FVords 1.12.17	Набір текстів англійська мовою
Anki	Методика інтервального повторення	Learn English Grammar	Відпрацювання часів та перевірка	LinguaLeo	Вправи для вимови без порівняння	LearnWords Windows 5.0	Вивчення і запам'ятовування написання слів
Поліглот Words	Вивчення слів в контексті речення	Поліглот Grammar	Головні правила граматики за 16 год	Ассоциация 1.0	Метод фонетичної асоціації	Words Teacher	Написання слів
English Cards Free	Карточки із зображеннями поділені на рівні знань	Тыква Eng	Форма гри	RSTrainer 2.0	Розвиває навички читання	Зубрилка 1.0	Заучування слів

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Извозчиков В. А*. Ионосферная эдукология. Новые информационные технологии обучения. – СПб, 1991. – 136 с.

2. *Машбиц Е. И*. Психолого-педагогические проблемы компьютеризации обучения. – М. : Просвещение. – 1983. – 192 с.

3. *Роберт И. В*. Современные информационные технологии в образовании: дидактические проблемы, перспективы использования. – М. : Просвещение, 1994. – 137 с.

4. *Шолохович В. Ф.* Информационные технологии обучения // Информатика и образование. – 1998. – № 2. – С. 5–13.

Стаття надійшла до редакції 27.04.15

И. В. Карпенко, асп.
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

Влияние новейших информационных технологий на формирование профессиональной компетентности будущих учителей английского языка

В статье определяются и характерезуются основные черты влияния новейших информационных технологий обучения на формирование профессиональной компетентности будущих учителей английского языка. Показано, что элементы компьютерного обучение могут использоваться вместе с традиционными педагогическими технологиями..

Ключевые слова: *новейшие информационные технологии обучения, профессиональная компетентность, будущий учитель английского языка.*

I. Karpenko, PhD Student
Institute of Philology Taras Shevshenko National University of Kyiv

The influence of new information technologies on the formation of the professional competence of future teachers of English

This article sets out the main features and characterizes new information technology training influence on the formation of professional competence of teachers of English.

The article shows that the elements of computer-aided education can be used together with traditional pedagogical technologies.

Keywords: *new information technology training, professional competence, future teacher of English;*

УДК 81'34

О. А. Касьянова, здобувач
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ЗВУКОВЕ ПОЛЕ ФОНЕМИ /В/: КОМБІНАТОРНІ ТА ПОЗИЦІЙНІ АЛОФОНИ

*Висвітлено умови і причини появи можливих варіантів української губної приголосної фонеми **/в/**. Окреслено акустично-артикуляційні характеристики її алофонів.*

Ключові слова: *губний приголосний, губно-губний, губно-зубний, нескладовий голосний.*

Сучасний етап розвитку науки про мову характеризується зростанням уваги до усного мовлення, що пояснюється насамперед розширенням можливостей експериментально-фонетичного аналізу та активізацією досліджень функціонування мови у "соціальному контексті". Спрямування наукових розвідок до мовця та аналізу його мовленнєвої діяльності у XX–XXI ст. стає поштовхом до вивчення варіативності звуків сучасного українського мовлення. Незважаючи на те, що орфоепічні норми української літературної мови вже усталені, проте вивчені й описані вони недостатньо, зокрема досі існують різні погляди на вимову фонеми /в/. З метою з'ясування особливостей реалізації зазначеної фонеми нами було простудійовано наукову літературу, де зафіксовані вимовні особливості /в/ та здійснено фонетичний експеримент із залученням прийомів кінозйомки, осцилографування та спектрографування. Завданням цієї статті є висвітлення на рівні типовості можливих комбінаторних і позиційних варіантів /в/.

У науковій літературі існують різні погляди щодо артикуляційно-акустичних характеристик позиційних і комбінаторних варіантів аналізованої фонеми. Одні вчені вважають, що типовою для української мови є білабіальна вимова /в/, яка реалізу-

ється в основному алофоні [w][1] та у деяких позиціях в [u̯]. А лабіодентальна, яка проявляється у варіантах [υ] та [υʲ], є вторинною й виникає внаслідок коартикуляційного впливу (Т. Бровченко, Н. Тоцька, М. Жовтобрюх) [4, с. 121; 2, с. 77–78; 10, с. 46–47]. Інші науковці основною вважають губно-зубну артикуляцію, яка реалізується в алофоні [υ] й виявляє подібність до відповідних губно-зубних щілинних російської та польської мов. Прихильники цього погляду не відкидають також, що наприкінці складу українській фонемі /в/ властиво реалізуватися через [u̯] (О. Брок, М. Москаленко, І. Зелінський) [8, с. 9].

За даними літератури, більшість фонетистів засвідчують, що типовою для української мови є губно-губна вимова [w], а її особливістю є те, що /в/ у деяких позиціях реалізується через нескладовий голосний [u̯] [2, с. 77–78; 4, с. 46–47; 10, с. 46–47]. Ще П. Житецький, М. Жовтобрюх, Г. Півторак зауважували, що основною причиною вокалізації губної фонеми /в/ став занепад зредукованих, що спричинило нові фонетичні умови для розвитку приголосного [w] [11, с. 101–102; 3, с. 225; 6, с. 211–212]. Так, М. Жовтобрюх вважає, що губно-губна вимова була поширена ще в давньоруський період. Вона виявлялася перед приголосними та в кінці слова в алофоні [u̯] *(вчора, вдова)*, а також тоді, коли губно-губний звук був у функції протетичного приголосного і стояв перед лабіалізованим голосним *(воко)*. Зрідка [w] виступав у позиції перед лабіалізованими і у функції епентетичного приголосного *(тивун)*. Учений наголошує, що східнослов'янська фонема /в/ реалізувалася в давньоруській мові неод-

[1] Зауважимо, що у навчальних практиках традиційно використовують кириличну транскрипцію із додатковими літерами та надрядковими знаками. У Міжнародному фонетичному алфавіті "IPA" для фіксації української вимови поки не вироблено спеціальних позначок. Досі науковці використовують вже готові засоби МФА для репрезентації українських вимовних норм. У цій статті варіанти **/в/** позначатимемо: губно-губний задньопіднебінний апроксимант – [w], губно-зубний апроксимант – [υ], нескладовий голосний "у" – [u̯] та напівм'який губно-зубний апроксимант – [υʲ], огублений губно-губний – [w̹] (більш огублений, перед голосним [у]) та [w̜] (менш огублений, перед [о]).

наково: у південно-західних діалектах – у губно-губному звукові, а у північних і східних – у губно-зубному [3, с. 139–140]. П. Житецький, вважаючи вокалізацію приголосних однією з характерних ознак української мови, зауважує, що вокалізація /в/ поширена у всіх говорах. Спочатку в [u̯] перейшло давньослов'янське закінчення дієприкметника -лъ, у якому [l] перед тим лабіалізувався, тобто перетворився у губний, а він у свою чергу в [u̯]. Після занепаду зредукованих перехід [l] в [u̯] став своєрідною замінною вокалізацією (голосний втрачається, а приголосний вокалізується): *вовк (влъкъ), повен – повний (плънъ)*. Для вокалізації початкового губного значення мала вокалізація кінцевих -лъ, голосних неповного творення (*робимо, говоримо)*, які в більшості випадків підтримали дзвінкий елемент на початку слова. П. Житецький також звертає увагу на те, що дзвінкий приголосний в, навіть перед глухими, не лише зберігає свою природу, а й вокалізується і чергується з у: *вчити/учити, вкрасти/украсти.* У середині слова за рахунок ослаблення голосного також відбувається перехід [w] в [u̯] *(правда,кривда)* [11, с. 101–103].

За даними наукових джерел губно-губний алофон [w] зберігає свої основні характеристики, не переходячи у нескладовий голосний, перед дзвінкими приголосними та на початку складу перед [о], [у] *(вода, кавун)* [10, с. 46; 4, с. 121; 5, с. 119; 2, с. 77–78]. На жаль, в науковій літературі трапляються описи артикуляцій, не підкріплені експериментальним матеріалом, зокрема такі: "губно-губна артикуляція буває перед [и], [і] та [е], іноді перед [а] (напр.: *вир, верх, вал, віл*) " [7, с. 16].

Губно-зубна артикуляція /в/ проявляється в алофонах [ʋ] та [ʋʲ] [2, с. 77–78]. За Ю. Шерехом, в українській мові перед голосним може продукуватися як білабіальна, так і лабіодентальна вимова. Розрізнення цих двох способів, на думку мовознавця, не має історичного значення, і вони часто виступають поруч у того самого мовця і навіть у тому самому слові [13, с. 374]. Відомі фонетисти Т. Бровченко та Н. Тоцька на матеріалі експериментально отриманих даних підтверджують попередню думку про те, що губно-губний алофон фонеми /в/ є основним для української мови. Однак крім нього, поширений і губно-зубний ало-

фон, який виступає на початку складу перед голосними [а], [е], [и]: *ваза, видно, вечір*. Також фонетисти підкреслюють, що в аналогічних позиціях можлива й вимова губного-губного [w]. А напівм'який губно-зубний алофон артикулюється перед [і] [10, с. 46–47; 2, с. 77–78]. Протилежний погляд має І.Зелінський. За ним, типовою артикуляцією української літературної вимови є губно-зубна, схожа з відповідними щілинними російської і польської мови [8, с. 9–10]. Експериментально (використання прийому – кінозйомки) підтверджує попередню думку Л. Прокопова. Дослідниця зауважує, що наприкінці складу в розмовній мові спостерігається нескладове [u̯], а при чіткому і повільному продукуванні у цій же позиції можливий і губно-зубний приголосний алофон [8, с. 10]. Очевидно, спираючись на думки І. Зелінського, вибудовують характеристики можливих виявів /в/ Т. Білоус та автори статті "Some properties of Ukrainian writing system" С. Бук, А. Ровенчак та Я. Мачутек. Так, Т. Білоус, яка у 2005 році опублікувала зауваги до транскрибування української вимови засобами МФА, де зазначила: "Українська фонема [ʊ] позначена літерою "Вв", має наступні алофони: w – 170 – перед дзвінкими приголосними (не після голосної) та перед огубленими голосними – губно-губний задньопіднебінний апроксимант (щілинний сонорний); ʍ – 169 – перед глухими приголосними (не після голосної) – губно-губний задньопіднебінний щілинний шумний; u̯ – 308+432 – після голосної – нескладотворчий "у"" [цитовано за: 14]. Т. Білоус також зазначає, що /в/ реалізується й у губно-зубних алофонах – [ʊ] та [ʊʲ]. За дослідницею, основним алофоном /в/ є твердий губно-зубний щілинний сонорний (апроксимант), який часто підмінюється у мовленні російським губно-зубним щілинним шумним [14]. Схожий погляд на можливі реалізації аналізованої фонеми мають С. Бук, А. Ровенчак та Я. Мачутек. Дослідники пишуть, що українська губно-зубна сонорна фонема /ʊ/ відрізняється від російської та польськї /ʊ/ і має такі реалізації: [u̯] (*мав, був, мавпа, шовк*, а вперше *[ɐu̯pɛrʃɐ]*); [w] (*вниз, вона, вухо)*; [ʍ] (*вперше [ʍpɛrʃɐ]*); [ʊʲ]: (*він* [ʊʲin], *свято* [sʲʊʲɑto]) [15].

Зважаючи на неоднозначність опису і трактувань алофонних виявів /в/ у наукових джерелах, було вирішено застосувати експериментально-фонетичний метод, а саме його прийоми – осцилографування, спектрометрування та кінофотозйомку, які на матеріалі спеціально дібраних і озвучених словоформ об'єктивно виявили б звукове поле досліджуваної фонеми.

У проведеному експерименті взяли участь 4 диктори, які є носіями української літературної норми. Дослідження проводилося на основі відео- та аудіозапису спеціально підготовленої програми, яка включала набір слів та квазіслів, де /в/ виступала в різних позиціях. За допомогою комп'ютерної програми Praat ми отримали осцилограми та спектрограми, за якими визначався основний звукотип досліджуваної фонеми та відмінності від нього.

Основними характеристиками вимови основного алофона /в/ на осцилографічній кривій є періодичні коливання та рівномірна амплітудна крива, що свідчить про дзвінкий та сонорний характер звука. За Г.Фантом, рівномірне розповсюдження енергії по спектру властиве саме губним та губно-зубним [12, с. 186]. Зауважимо, що цьому звукові властиві ознаки як голосного, так і приголосного. На отриманих спектрограмах було виміряно низькі частотні показники всіх формант для /в/, які коливаються у межах: F1 = 200–500, F2 = 1000–1700, F3 = 2000–2500. Значення формант знижене, порівняно з іншими приголосними, що властиве губним. Відомо, що тверді губні приголосні знижують форманти сусідніх звуків, особливо це помітно у значенні F2 сусідніх голосних [1, с. 66]. Зазвичай інтенсивність досліджуваного звука, порівняно з голосними, понижується (див. рис. 1–2). Розрізнення губно-губного [w] та губно-зубного [ʋ] алофонів /в/ в акустичному аспекті загалом дається складно, оскільки варіанти зазначеної фонеми мають аналогічний уклад язика. Проте, для зіставлення ми записали ізольовано вимовлені ці алофони. Потрібно зазначити, що в мовленні звуки ізольовано не вимовляються, а лише в складі, який є найменшою одиницею мовленнєвого ланцюжка. Тому виділені фрагменти на рис. 1–2 – це фази губного, а невиділені – короткого голосного. На отриманих осцилограмах та спектрограмах (див. рис. 1–2) ми помітили різницю у

розташуванні перших двох формант: для губно-губного звука характерна бемольність, тому форманти трохи знижені, на відміну від губно-зубного звука, якому властива незначна дієзність. Відмінність зазначених артикуляцій також спостерігаємо на осцилографічних кривих – періодична амплітудна крива губно-зубного звука за висотою є нижчою. Для губно-губного алофона на спектрограмі характерне зближення перших двох формант (свідчення задньої локалізації язика і бемольність) та віддалення F3, а для губно-зубного – F1 та F2 незначно віддалені одна від одної (передніша локалізація та дієзність), до того ж показники другої форманти стрибають на малюнку з [ʊ], а третя віддалена від перших двох та має несталі показники, що є спільним між обома зіставленими варіантами. Припускаємо, що несталість резонансів F3 може відчити про зміну артикуляційної напруженості.

[ʊ̯] ми можемо відрізнити від інших алофонів /в/ на осцилограмі та спектрограмі за схожістю із відповідним голосним, тому періодичність цього алофона чітка, амплітуда по висоті висока, а перша форманта віддалена від інших, що властиво голосному [у] (див. рис. 3). Також, зважаючи на локалізацію язика – передню чи задню, ми можемо відрізнити напівм'яку лабіодентальну вимову. Для передньої дорсальної локалізації язика характерне зближення другої форманти з третьою, якщо F2 наближається до F1, то звук низький та задній. Хоч усі губні вважаються низькими (бемольними), але ми помітили, що для [ʊʲ] властиве збільшення F2, що є логічним зважаючи на його характер – незначна дифузність (F1 зменшується та віддаляється від всіх формант), високість (F2 збільшується і наближається до F3) (див. рис. 4). Друга форманта становить F2 = 2100 гц, а F1 = 228 гц. Великий контраст між першою та другою формантами вказує на більш передню локалізацію язика. За нашими спостереженнями, завищена друга форманта є особливістю губно-зубної напівм'якої вимови. Зауважимо, що поряд з [у], рідше з [о], губно-губний звук на осцилограмі повністю зливається із зазначеними голосними, тому складно провести межі між ними, а це свідчить про висування губів вперед, а отже, лабіалізацію приголосного (див. рис. 5).

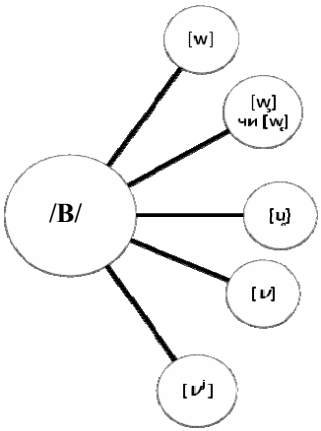
Рідко у кінці слова, за отриманими даними від перцептивного, осцилографічного та спектраграфічного аналізу, /в/ зазнавав часткового оглушення (неперіодичні та шумові коливання звукового сигналу). Для української мови не властиве оглушення кінцевого приголосного, це є ненормативною вимовою, якої слід уникати [9, с. 137].

За візуальними спостереженнями (прийом – відеозйомки), в артикуляційному аспекті особливістю /в/ є рух губів, залежно від активності яких класифікують: губно-губні та губно-зубні. При білабіальних напружуються власне губні м'язи, губи зводяться, отвір між губами досить великий, тому повітря легко виходить назовні. Отвір при вимовлянні твердого губно-губного менший, ніж при [u̯] (див. рис. 6–7). При лабіодентальних – нижня губа наближається до верхніх різців, утворюється вузька плоска щілина (див. рис. 8–9). На рис. 9 у диктора О.П. яскраво спостерігаємо контакт верхніх зубів і нижньої губи, що свідчить про губно-зубну артикуляцію. Коли напружується навколоротовий м'яз, відбувається просунення губів уперед – огублення, яке супроводжує основну губно-губну артикуляцію (див. рис. 10). Перед [у] отвір овальної форми менший, ніж перед [о] [1, с. 77]. За результатами отриманими від відеозйомки, на початку складу перед голосними [а], [е] губний переважно реалізувався в основному своєму алофоні – [w], перед [о], [у] набував огубленого відтінку – [ʷ] (більш огублений, перед голосним [у]) та [ʷ̯] (менш огублений, перед [о]), перед [і], [и] в – губно-зубних [ʊʲ] та [ʊ], а в абсолютному кінці слова після або перед приголосними виступав як [u̯].

Зауважимо, при аналізі кінозйомки ми помітили деякі особливості дикторів. Зокрема перед приголосними на початку слова, коли мала відбуватися вокалізація губного, у диктора С.М. спостерігалося у деяких словах продукування голосного [у] (див. рис. 11). Таке чергування в українській мові вважається нормою. При перегляді відео також було зафіксовано артикулювання губно-зубного твердого алофону [ʊ] у деяких словах перед голосними [а], [е] у диктора О.П. На рис. 12 бачимо незначне торкання внутрішнього краю нижньої губи верхніх зубів. Це є фізіологічною особливістю цього інформанта, адже у інших

такого ми не помітили. За Т. Бровченко перед [а] така вимова не властива українській орфоепії, оскільки, за результатами її дослідження, губи при артикулювання губного поряд із [а] незначно висуваються вперед. Натомість перед [е] губний /в/ може інколи набувати губно-зубного відтінку [1, с. 78].

Отже, оглянувши різні наукові джерела, ми з'ясували, що губно-губна вимова є типовою для українців. Вона реалізується у всіх позиціях, що не суперечать правилам літературної вимови. Губно-зубна вимова теж характерна українській мові, але вона коартикуляційно обмежена. Лабіодентальний характер виникає перед голосними [и] та [і], що є логічним, зважаючи на артикуляційні особливості зазначених голосних – високий ступінь піднятя, вузький ступінь відкритості та передній ряд. На матеріалі обмеженої кількості дикторів попередні висновки ми не можемо зробити. Проте, здобуті результати підтверджують опис в літературі про те, що губно-губна вимова домінує в українській орфоепії, адже всі диктора артикулюють на початку складу перед голосними [а], [е] основний алофон [w], перед [о], [у] – [ʷ̯] (більш огублений, перед голосним [у]) та [ᵚ̯] (менш огублений, перед [о]), перед [і], [и] – губно-зубний [ʋʲ] та [ʋ], а в абсолютному кінці слова після або перед приголосними [ᵘ̯]. Відхилення, які ми спостерігали під час проведення експерименту, свідчать про те, що в майбутньому варто залучити більшу кількість дикторів, дослідити питання різниці між українським губно-зубним [*ʋ*] та російським [v], аби з'ясувати інтерферентний вплив на українську вимову /в/.



Відтак, звукове поле української фонеми /в/ на рівні типовості включає такі комбінаторні та позиційні варіанти:

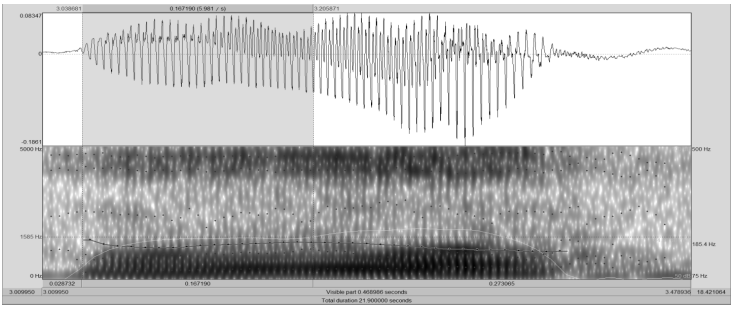


Рис. 1. Диктор О.Б.: ізольовано вимовлений губно-губний алофон [w]. F1=354 гц, F2=913 гц, F3=2399 гц

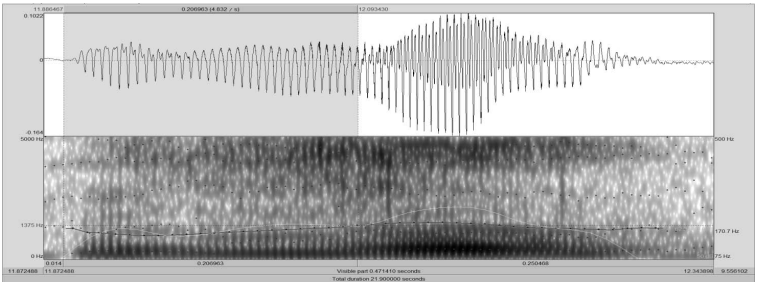


Рис. 2. Диктор О.Б.: ізольовано вимовлений губно-зубний алофон [*ʋ*]. F1=406 гц, F2=1643 гц, F3=3127 гц

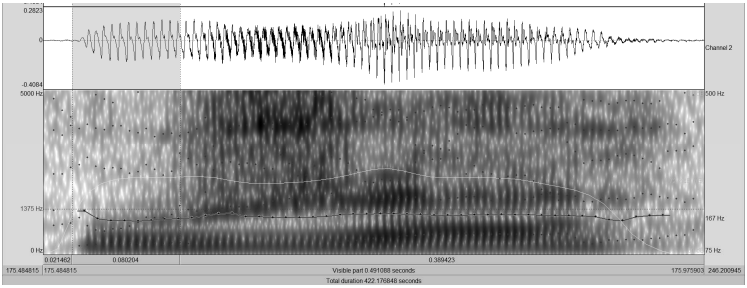


Рис. 3. Диктор О.Б.: вже – [ʋ̯же] – F1 = 342 гц, F2 = 1007 гц, F3 = 2653 гц. На початку слова перед приголосним бачимо періодичні коливання, інтенсивність у спектрі при губному висока, а при наступному приголосному трохи падає. Перша форманта, на відміну від **у** трохи завищена, друга теж. Спільним із відповідним голосним є періодичність коливань та висота кривої. Зауважимо, що цей звук короткий, що видно на малюнку, порівняно з попередніми рис. 1–2

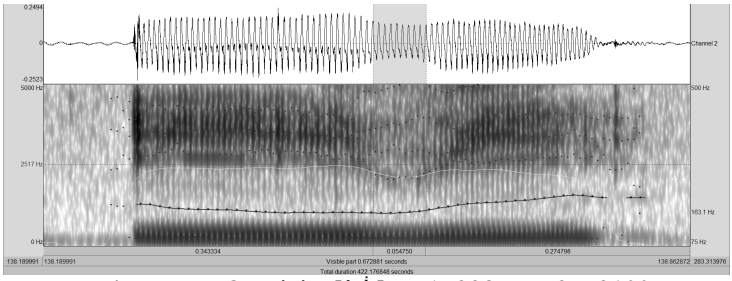


Рис. 4. Диктор О.Б: іві – [ívʲi] – F1=228 гц, F2 = 2100 гц

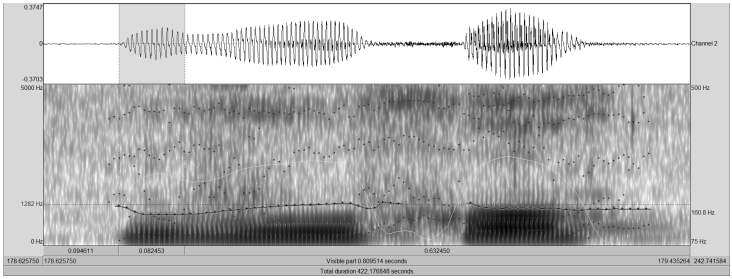


Рис. 5. Диктор О.Б.: вухо – [ʋ̩ú] – на виділеному відрізку (початкова фаза та фаза витримки) на осцилограмі провести межі між губним та голосним складно; на спектрограмі – F1 губного низька, інтенсивність посилюється, а у переході до голосного спадає і знову при голосному посилюється. F1 = 294 гц, F2 = 1310 гц. Низький показник першої форманти свідчить про огублення. Третя форманта становить 2856 гц, вона віддалена від двох попередніх, показники другої скакають. Проте, F2 встановлюється і ми бачимо її наближення до першої, що характерне для голосного [у]. Висота осцилографічної кривої майже ідентична голосному

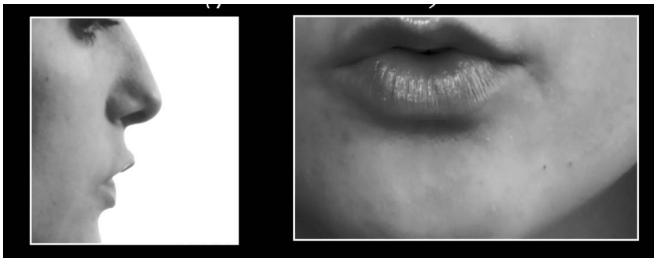


Рис. 6. диктор Т.Ш.: внук – **[ɥ̊núk]** – губи зводяться, тобто одна губа наближається до іншої. Губи висунуті вперед. Напружений навколоротовий м'яз

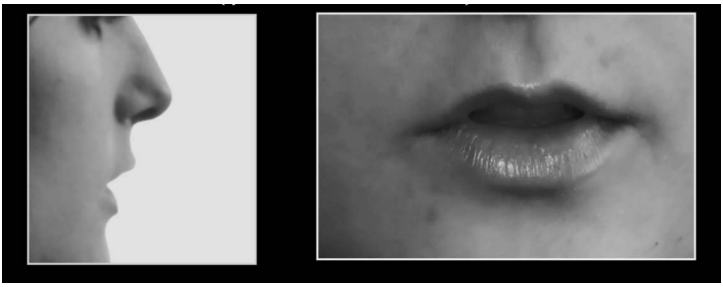


Рис. 7. Диктор Т.Ш.: ваш – [wá] – зуби прикриті, а губи незначно висунуті вперед. Порівняно з малюнком 6, де подано артикуляцію напівголосного, то отвір при вимовлянні [w] менший та не заокруглений. Губи не настільки напружені, як на малюнку 8

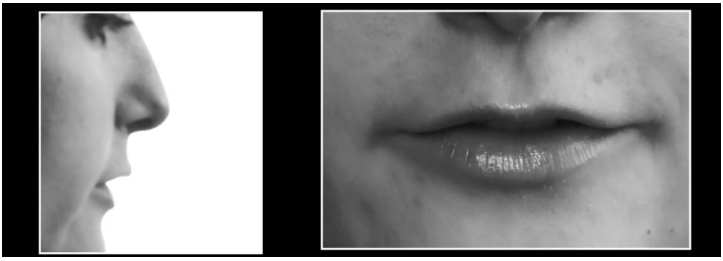


Рис. 8. Диктор Т.Ш.: ви – [ʊ́] – нижняя губа наближається до верхніх зубів, кутики вуст розводяться та напружуються. Працюють м'язи, що піднімають і опускають кутики рота. Також помітне напруження щічних м'язів

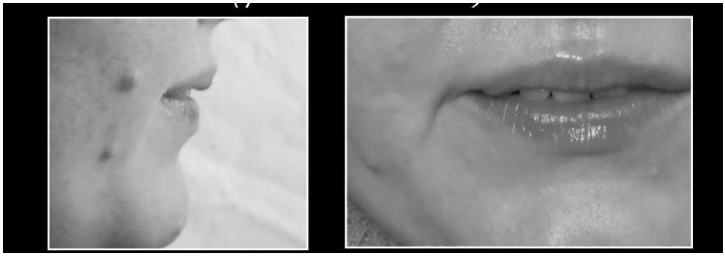


Рис. 9. Ддиктор О.П.: ви – [ʊ́] – нижняя губа яскраво зближується з верхніми зубами, кутики вуст розведені та напружені. Ясраво напружені щічні м'язи

Рис. 10. Диктор Т.Ш.: во – [o̯ʊ́] – огублення, губи висуваються вперед. Зуби прикриті, губи відходять від зубів

Рис. 11. Диктор С.М. упав – [upáu̯] – губи висунуті вперед та зведені, що властиво голосному [у]

Рис. 12. Диктор О.П.: вада – [ʋáda] – внутрішній край нижньої губи наближається до верхніх зубів, утворюється вузька щілина.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Бондарко Л. В., Вербицкая Л. А., Гордина М. В.* Основы общей фонетики / Л.В. Бондарко, Л.А. Вербицкая, М.В. Гордина. –М.: Издательский центр "Академия", 2004. – 160 с.

2. *Бровченко Т. О.* Приголосні фонеми української мови // Наукові записки Одеського педагогічного інституту іноземних мов. – Т. 1. – 1956. – с. 73–89.

3. *Жовтобрюх М. А.* Історія української мови: Фонетика / М. А. Жовтобрюх, В. М. Русанівський, В. Г. Скляренко. – К. : Наукова думка, 1979. – 372 с.

4. *Жовтобрюх М. А.* Курс сучасної української літературної мови: в 2 ч. / М. А. Жовтобрюх, Б. М. Кулик. – 4-е вид. – К., 1972. – Ч. 1.

5. *Караман С. О.* Сучасна українська літературна мова: навч, посібник для студ. вищ. навч. закл. / С. О. Караман, О. В. Караман, М. Я. Плющ [та ін.]; за ред. С. О. Карамана. –К. : Літера ЛТД, 2011. – 560 с.

6. *Півторак Г. П.* Формування і діалектна диференціація давньоруської мови / Г.П. Півторак. – К. : Наук. думка, 1988. – 277 с.

7. *Пономарів О. Д.* Сучасна українська мова : Підруч. для студ. вищ. навч. закл. / О. Д. Пономарів, В. В. Різун, Л. Ю. Шевченко та ін.; За ред. О.Д. Пономаріва. – 2-ге вид. – К.: Либідь, 2001. – 400 с.

8. *Прокопова Л. І.* Приголосні фонеми сучасної української мови / Л. І. Прокопова. – К., 1958. – 112 с.

9. Сучасна українська літературна мова. Вступ. Фонетика / за ред. І. К. Білодіда. – К., 1969.

10. Сучасна українська літературна мова: підручник для студ. філолог. спеціальностей вищ. навчальн. закладів / За ред. Грищенка А. П. – 3-те вид., доп. – К.: Вища школа, 2002. – 439 с.

11. *Тоцька Н. І.* Вокалізація приголосних у висвітленні П. Г. Житецького // Українське мовознавство: Міжвід.наук.зб. / КДУ ім. Т.Г. Шевченка. – Вип. 21. – К., 1997. – с. 100–108.

12. *Фант Г.* Акустическая теория речеобразования / Г. Фант. – М, 1964. – 284 с.

13. *Шерех Ю.* Нарис сучасної української літературної мови / Ю. Шерех. – Мюнхен : Наукове товариство ім. Шевченка, 1951. – 406 с.

14. Bilous, T. (2005). IPA for Ukrainian. Available from: http://www.uesna.org.ua/txt/ biloust/UkrIPA.pdf. Accessed 21 February 2008.

15. http://arxiv.org/pdf/0802.4198.pdf

Стаття надійшла до редакції 27.04.15

А. А. Касьянова, соиск.
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

Звуковое поле /в/: комбинаторные и позиционные варианты

В статье изложены условия и причины появления возможных вариантов украинской фонемы /в/. Определено акустические и артикуляционные особенности аллофонов анализированной фонемы.

Ключевые слова: *губной согласный, губно-губной, губно-зубной, нескладовой.*

O. Kasianova, Candidate for a Cand. Phil. Sci.

Acoustic variability of /ʋ/: combinatorial and position variants

The text deals with the description of the combinatorial and position variants of Ukrainian consonant /ʋ/. Acoustic-articulatory features of allophones of /ʋ/ are described.

Keywords: *labial consonant, bilabial, labiodental, non-syllabic.*

УДК 811.133.1'008

Л. В. Клименко, канд. филол. наук, наук. співроб.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

РИТОРИКА ФРАНЦУЗЬКОЇ ХУДОЖНЬОЇ АФІШІ

У статті досліджено особливості риторичної організації повідомлень жанру французької художньої афіші як особливого різновиду текстів креолізованого типу. Визначено, що унікальність риторики художньої афіші зумовлено взаємодією кодів різних семіотичних систем, та різновекторних комунікативних інтенцій художнього та рекламного повідомлень, основу семантики яких складає віддзеркалення лінгвокультурної константи ART DE VIVRE à la française.

Ключові слова: *французька художня афіша, риторична організація, креолізований текст, лінгвокультурна константа ART DE VIVRE à la française.*

"Chacun veut son affiche.
Celle-ci révolutionne le monde de la publicité
ainsi que la physionomie des rues parisiennes."
– у музеї Монмартру [1]

Зацікавлення плакатним мистецтвом і розуміння його художньої цінності з'явилося водночас зі становленням самого жанру. Від кінця XVIII століття французькі художники, як маловідомі, так і корифеї свого часу, вдало використовували різноманітні стилі, напрямки, теми для виготовлення художніх афіш інформативного або рекламного змісту. Мистецтвознавці зазначають, що робили це вони настільки творчо і талановито, що популярність цього нового виду мистецтва спричинило справжню *"афішеманію"* [2-4]. Натовпи збиралися на вулиці в очікуванні виходу в світ нового художнього шедевру. Колекціонери робили все, аби заволодіти новинками: афіші зривали зі стін, перекуповували у розповсюджувачів, що їх розклеювали, чисельні виставки плакатів одна за одною відбувалися у багатьох містах Франції.

Вже на початку XIX століття мистецтвознавці офіційно визнають утворення жанру афіші й ствердження нової галузі образотворчого мистецтва, в якому Франція відіграла провідну роль, а представники інших країн підхопили, наслідували та розвину-

ли традиції французької школи [3–5]. Жанр художнього плакату, зразки якого складають **матеріал** статті, виробляє свої форми представлення інформації, розробляє специфічні способи її кодування. Жодний інший вид мистецтва не віддзеркалює так чітко соціальний клімат свого часу. І дійсно, у повідомленнях художніх афіш знаходять втілення різні культурні цінності й ідеологічні мотиви, які відтворюють соціокультурні реалії своєї епохи. З плином часу початковий смисл плакатних повідомлень часто втрачає актуальність, проте очевидними залишаються ті властивості, які характеризують їх саме як представників свого часу: характерні умовності, риторичні фігури й особлива аргументація. Саме **особливості риторичної організації** французького плакату обрано **предметом** подальшого дослідження.

Важливо зауважити стосовно вживаного термінологічного апарату, що насамперед стосується визначень *плакат* та *афіша*. Словники визначають термін *плакат* (малюнок з коротким текстом до нього, що закликає до чого-небудь, популяризує, рекламує щось [6, с. 558]), і термін *афіша* (надруковане або написане за певною формою оголошення про концерт, виставу, лекцію і т. ін. [7, с. 76]), як похідні від нім. *Plakat*, що в свою чергу бере початок від французького іменника *placard* (оголошення, афіша) та дієслова *plaquer* (наліплювати, приклеювати). Англійським еквівалентним є термін *poster,* що етимологічно походить від часів, коли письмові оголошення розміщувалися у найбільш залюднених місцях – пунктах почтових відправлень. У російському мистецтвознавстві також зустрічається термін *видовищний плакат (*рос. *зрелищный плакат*), в якому підкреслюється зв'язок плакатного мистецтва зі сценографією [5]. У Франції на позначення багатокольорового плакату інформаційного або рекламного змісту перейшло позначення *affiche*.

Українська мова адаптувала всі три терміни: *плакат, афіша, постер*. Теоретики реклами, мистецтвознавці й дизайнери чітко розрізняють особливості кожного з них при вжитку у різних типах дискурсу, проте їх також часто використовують як синоніми. Отже, у контексті цього дослідження іменники *афіша* та *плакат* вживатимуться як синонімічні, проте перевага надаватиметься терміну *афіша,* що наслідує французьке трактування

та звучання. Означення *художня* відбиває національну специфіку жанру, адже саме у Франції його типологія подається здебільшого за принципом виділення художніх імен, а не стильових тенденцій [4, 8]. І дійсно, важливу роль в історії плакатного мистецтва відіграли такі метри як Едуард Мане, Эжен Грассе, Анрі де Тулуз-Лотрек, Жюль Шере, Анрі-Габриель Ібельс, Адольф-Леон Вілетт, Альфонс Муха, Теофіль Стейнлен. Саме завдячуючи роботі в цій області таких провідних майстрів, плакат піднявся до рівня мистецтва.

Наукова новизна дослідження полягає в тому, що у французьку художню афішу розглянуто під кутом зору сучасних методів лінгвістики і семіотики, як особливий вид тексту, комунікативне повідомлення, що поєднує коди різних семіотичних систем (візуальну та текстову складові).

Сучасні спеціальні дослідження, дедалі більше звертають увагу на особливу природу поєднання тексту та зображення у різних типах текстів, здебільшого у рекламних. Різні лінгвістичні і нелінгвістичні теорії пропонують цілу низку визначень цього "нетрадиційного" типу "складних" повідомлень утворених завдяки поєднанню тексту та зображення [9–11]. Терміни *семіотично ускладнений*, *семіотично збагачений*, *полікодовий текст, синкретичне повідомлення* тощо підкреслюють наявність у повідомленнях елементів різних знакових систем. На позначення нерозривного та неподільного поєднання вербальних і невербальних компонентів у складі єдиної монолітної рекламної композиції найчастіше вживаним є метафоричний термін *креолізований текст* [10], що використовується у вітчизняній та російській школах. Є. Анісімова навіть запроваджує градацію текстів за ступенем спаяності в їхньому складі вербальних та невербальних компонентів, розрізняючи тексти з частковою та повною креолізацією [9]. Застосування цього сучасного підходу до дослідження історичного жанру художньої афіші виявилося плідним і призвело до цікавих висновків щодо особливостей риторичної організації його зразків.

Коротко звернімося до історії становлення жанру. У XVII–XVIII століттях у Франції афіша була здебільшого офіційним повідомленням текстового формату, де інформативний потенціал

підсилювався найчастіше за рахунок використання мовних знаків різного розміру та художніх шрифтів, а також іконічних оздоблювальних художніх елементів. Так на рис. 1 зображено характерну театральну афішу тієї епохи, де текстове повідомлення – оголошення про театральну виставу, прикрашено гербовими елементами задля підкреслення його важливого статусу. Крім того, текст обрамлено художніми мотивами, що також сприяють підвищенню уваги до інформації. Завдяки гармонійному поєднанню шрифтових і оздоблювальних елементів афіша в цілому викликає відчуття естетичного задоволення від споглядання.

Рис. 1. Типова театральна афіша XVIII ст.

З розвитком у XIX столітті технологій літографії та гравюри мистецтво плакату вийшло на новий етап розвитку, коли зображення стає так само значущим, а подекуди навіть більш вагомим, аніж текст. У якості прикладу, на театральній афіші французького художника-карикатуриста Альфреда Ле Петі (рис. 2) знизу бачимо текст – назву п'єси **P$^{rre.}$DERAME** великими літерами, над якою розміщено зображувальні елементи. Ймовірно, що це головний герой (принаймні його обличчя та фігура домінують у центрі композиції) та дійові особи, які оточують героя і перебувають з ним у певній взаємодії, що, вочевидь, є проекцією сюжетних ліній п'єси, певним ребусом для глядача. Пропозиція віднайти сюжет спонукає глядача відвідати спектакль, за-

вдяки чому досягається рекламна мета повідомлення афіші. Важливо, що афіша не втрачає художньої цінності й поза контекстом вистави, адже нам не відома рекламована п'єса і ми не маємо змоги її подивитися, проте це не заважає отримати естетичне задоволення від розглядання афіші – як картини, як твору мистецтва. Як і попередній приклад, аналіз другого також виявляє особливу комунікативну природу інтенції повідомлень художніх афіш і особливу риторичну організацію.

Рис. 2. Театральна афіша XIX ст. Pierre Derame (Alfred Le Petit)

Іще за часів Античності класики Давньої Греції та Риму визначали два основних підходи до розуміння риторики і її сутності. Прихильники першого трактували риторику як науку, основним завданням якої було навчити переконанню аудиторії завдяки впливу логічно та чітко організованої промови (Платон, Сократ, Аристотель, Цицерон). Другий підхід (що належав Квінтиліану) розглядав риторику як мистецтво прикрашати промову задля враження аудиторії красою, складністю та вправністю словесних фігур, високим естетизмом.

Цікавим видався той факт, що комунікативні інтенції вже навіть перших французьких художніх афіш вписуються в обидва класичних підходи до трактування риторики. Адже, по-перше, афіша здійснює інформування і переконує завдяки чіткій структурі й організації повідомлення, в цьому полягає її рекламна функція (або аристотелівське переконання аудиторії). По-друге, афіша викликає естетичне задоволення від сприйняття її художньої цілісності (незалежно від інформації, що містить) завдяки майстерності і таланту її автора – більш (або менш) відомого художника (квінтіліанове "враження красою").

Окрім цих двох особливостей риторики афіші, важливу, якщо не вирішальну роль у популярності та унікальності жанру відіграло **авторство** афіші. Саме особистість художника привертає увагу до контексту зображуваного, додаючи рекламованому феномену достовірності, адже сам метр звернув увагу на об'єкт реклами і рекомендує його від свого імені загалові.

"Батьком" рекламного плакату у його сучасному вигляді визнано Жюля Шере. Б. Коллінс зазначає, що у 1890-х роках Жюль Шере отримує абсолютне визнання як художник-засновник яскравої візуальної реклами, який звеличив стандартну вуличну афішу до рівня образотворчого мистецтва. Саме йому належить авторство афіші – повідомлення про відкриття кабаре "Мулен Руж" і перші роботи для мюзік-хола "Фолі Бержер". Шере створив більше тисячі плакатів з рекламою усього, що було на часі у суспільстві: від красивих та врівноважених театральних афіші, анонси модних паризьких кравців та парфумерних лавок, до реклами відомих марок шампанського. Естетика плаката підпорядковувалася головним вимогам жанру – яскравості, лаконічності, помітності [12].

Загальною тенденцією було використання авторами можливостей різного шрифтового набору, зокрема курсиву, особливих шрифтів для виділення всіляких назв, найбільш значущої інформації, основного смислу. Також вживається прийом особливого розміщення частин тексту відносно зображення, їхня графічна взаємодія. Цікавим з цього приводу видається плакат Ж. Шере з рекламою "Фолі Бержер" – дуже приваблива та динамічна робота, що передає рух групи танцюристів. Повідомлення афіші є глибоко продуманою структурою – геометрично організованою комбінацією текстового та зображувального елементів (див. рис. 3). Теоретик дизайну К. Елам навіть зробила спробу відтворити цю приховану геометрію [13]. Три фігури обрамлені спочатку колом, потім п'ятикутником, зрештою пентаграмою, центром яких є точка оберту стегна танцівниці. Дуже цікавим вдається творчій метод поєднання текстової та зображувальної складових, властивий Ж.Шере. Назва вистави *Les Girard* та назва кабаре *Folies-Bergere* розташовані знизу та зверху афіші симетрично до зображення. Художній шрифт із гротескними зарубками підкреслює динамізм зображення, елементи якого "взаємодіють" з текстом.

Рис. 3. Плакат Folies-Bergere та його геометрична організація [17]

Так літери назви спектаклю символізують сцену, адже є поверхнею, на якій танцюють актори. У верхньому регістрі повідомлення літера В назви кабаре є опорою для ніг танцівників у манерному вигадливому па, і водночас місцем взаємодії текстової та зображувальної частини на графічному рівні.

Повертаючись до особливостей риторичної організації плакатів як текстів креолізованого типу, варто взяти до уваги те, що сучасний етап досліджень у цій галузі і застосовані наукові підходи зосереджують увагу на вивченні технік переконання, способів аргументації, засобів виразності, що використовуються в різноманітних вербальних та візуальних повідомленнях. Риторика стала напрямом наукових досліджень, який поєднує в собі здобутки багатьох дисциплін: лінгвістики, логіки, семіотики тощо.

Одним з перших про особливу риторику поєднання візуального і текстового компонентів у рекламі писав французький дослідник Ролан Барт. Згідно з його теорією, особливістю риторики рекламного повідомлення є ствердження про існування у сукупності текстових та візуальних елементів певного *комплексу конотацій* (*un ensemble de connotateurs*) до певної значущої ідеї, яку реципієнту пропонується віднайти [14, с. 43]. Виявлення та аналіз конотацій Р. Барт демонструє на прикладі реклами італійських макаронів "Пандзані". (див. рис. 4). Якщо розуміння тексту реклами (назви бренду *Panzani* та рекламного заголовку) вимагає лише володіння мовою, то його візуальна частина, приховує певні дискретні знаки, які реципієнт має віднайти. Один з них – це *Італія*, а точніше *дещо*, що у сукупності дослідник визначає як "*l'italianité" або "італійськість"* українською.

Рис. 4. Реклама макаронів "Пандзані"

Означуваними цієї "*італійськості"* є помідор, перець та трикольорова (жовто-зелено-червона) палітра всього зображення в асонансі з італійською назвою марки Panzani. Виправдовуючи власний неологізм *"l'italianité"* і називаючи його варваризмом, Р. Барт наголошує на браку особливої метамови для позначення такого роду конотативних сем і робить спробу інтуїтивно визначити явище, що становить цю *"італійськість": це "концентрована сутність всього, що може бути італійським – від спагеті до живопису*" [14, с. 46].

Наслідуючи наведений аналіз конотацій Р. Барта, при аналогічному аналізі конотативних сем повідомлень французьких художніх афіш не можна не звернути увагу на чисельні дискретні знаки на позначення їхнього французького характеру, або *"французькості"* (на кшталт Бартової *"італійськості"*).

Традиційно Франція сприймається як особлива європейська держава з витонченою естетикою, а Париж – як всесвітня столиця моди та краси. І дійсно, найбільш характерними для жанру є плакати, близькі буржуазному духу ***ART DE VIVRE à la française*** – *мистецтва жити по-французьки,* константі лінгвокультури [15], в якій концентровано найбільш важливі характеристики, усталені у французькій культурі, що постулюють позитивне, мажорне відношення до життя і вміння отримання задоволення у всіх його проявах. Духовною основою французької ідентичності є почуття прекрасного, любов до мистецтва, прагнення до гармонії і задоволення від досконалості. Складові *ART DE VIVRE* – це гарний смак у всьому, вміння подати себе. *Мистецтво жити по-французьки* зводиться до того, аби жити тут, сьогодні і знаходити відчуття гармонії та щастя у кожній миті, насолоджуючись життєвим перебі-

гом. За словами відомого журналіста В. Познера, *ART DE VIVRE* – це головна якість і досягнення французів, що є рушійною силою всієї Франції, якої Франція навчає весь світ. Француз, незалежно від того, яке положення він займає у світі, які в нього статки, володіє цим мистецтвом [16]. Ці стереотипні властивості французького національного менталітету, сформовані через міфи, легенди, історію, традиції та ідеї, становлять систему і вагому частину уявлень про французький етнос, його лінгвокультуру.

Саме віддзеркалення *ART DE VIVRE à la française,* складає семантичну і когнітивну основу унікальної риторики художньої афіші і є джерелом незліченої кількості конотативних сем у складі її повідомлень. Унікальність французької художньої афіші також й у тому, що майже кожний образ, представлений афішею, являє собою риторичну фігуру. На формальному рівні співвідношення мовного та зображувального компонентів реалізується на рівні традиційних стилістичних фігур на кшталт метафори та метонімії. Іноді можна говорити про випадки антономасії – тропу, сутність якого виражається в заміні назви або імені предмета чи явища згадкою про якусь певну суттєву його особливість чи його відношення до чого-небудь.

Таким чином, мистецтво французької художньої афіші, яке зародилося наприкінці XVIII століття, бере початок від простого тексту-повідомлення, а з розвитком жанру у XIX столітті набуває нової художньої форми завдяки доповненню текстової частини ілюстраціями. Особливість риторики афіші як рекламного повідомлення полягає у інтегральному поєднанні вербальних та візуальних компонентів, що ми визначили як креолізований тип тексту. Якщо життя плакату загалом вважається ефемерним, то авторство великих митців, що зводить кращі зразки жанру до рангу витворів мистецтва, робить їх безсмертними.

Французька художня афіша – наочний приклад полі- та інтерсеміотичності – це, з одного боку, синтез мистецтв, гра взаємодоповнюючими та взаємопроникаючими кодами – мовним та зображувальним, а з іншого – схрещення риторичних рішень різних регістрів. Очевидно, що поєднання кодів різних семіотичних систем (візуальної та текстової складових) та різновекторних комунікативних інтенцій повідомлень (художнього та рекламного) складають унікальну риторику французької художньої афіші.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Musée de Montmartre [Ressource electronique]: http://www.museedemontmartre.fr/
2. Французская литография 1890-х годов : Каталог выставки / Авт. вступ. ст. и сост. Ю. А. Русаков. – Л. : Аврора, 1979. – 83 с., ил.
3. *Mack G*. Toulouse-Lautrec. – New York: Kopf, 1938. – P. 370, il.
4. Fresnault-Deruelle, Pierre, L'Image placardée : Pragmatique et rhétorique de l'affiche. – Paris : Nathan, 1997.
5. *Охочинский В. К.* Плакат. Развитие и применение. – Л. : 11 зд-во Акад. художеств, 1926. – 92 с: ил.
6. Словник української мови: в 11 томах. – Том 6, 1975. – С. 558.
7. Словник української мови: в 11 томах. – Том 1, 1970. – С. 73.
8. *Graphisme en France : l'affiche, un support de communication entre art et design, reflet des mutations de la société française.* [e-journal] http://finlande.vizafle.com/files/pedagogicalfiles/544238e71ce5b557546b15e2.pdf]
9. *Сорокин Ю. А.* Креолизированные тексты и их коммуникативная функция / Ю. А. Сорокин, Е. Ф. Тарасов // Оптимизация речевого воздействия. – М. : Наука, 1990. – 240 с.
10. *Анисимова Е. Е.* Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизированных текстов) / Е. Е. Анисимова. –М.: ИЦ "Академия", 2003. – 128 с.
11. *Березин В. М.* Массовая коммуни-кация: сущность, каналы, действия / В. М. Березин. – М., 2003. – 149 с.
12. *Белова А. Д.* Визуализация товаров в современной рекламе как составная креолизации коммуникативного пространства / Лінгвістика XXI століття: нові дослідження і перспективи . – К.: Логос, – 2012. – С. 42.
13. *Collins B. R*. The Poster as art: Jules Cheret and the struggle for the equality of the arts in late nineteenth-century France, in Design Issues. 1985. Vol. 2. No. 1. P. 41–50.
14. *Кимберли Элам*. Геометрия дизайна. Пропорции и композиция. – Издательство: Питер, 2014 г. – 116 с.
15. *Barthes, Roland*, Rhétorique de l'image / Communications, – 4 (1964), – P. 40–51.
15. *Клименко Л. В.* Константа культури *ART DE VIVRE* у дискурсі сучасної французької реклами / Лінгвістика XXI століття: нові дослідження і перспективи . – К.: Логос, – 2014. – С.75–83.
16. www. vladimirpozner.ru [Електронний ресурс], режим доступу http://vladimirpozner. ru/?p=3492
17. Jules Chéret, Folies Bergère, les Girard, 1877 – BnF, Estampes et photographie. [picasaweb.google.com]

Стаття надійшла до редакції 27.04.15

Л. В. Клименко, канд. филол. наук, науч. сотр.
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

Риторика французской художественной афиши

В статье исследованы особенности риторической организации сообщений жанра французской художественной афиши как разновидности текстов

креолизированного типа. Определено, что уникальность риторики художественной афиши обусловлена взаимодействием кодов разных семиотических систем, а также разновекторностью коммуникативных интенций художественного и рекламного сообщений, основу семантики которых составляет отражение лингвокультурной константы ART DE VIVRE à la française.

Ключевые слова: *французская художественная афиша, риторическая организация, креолизированный текст, лингвокультурная константа ART DE VIVRE à la française.*

L. Klymenko, Cand. Phil. Sci., Research Staff Member
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

The Rhetoric of French artistic posters

The research highlights the French artistic poster's rhetorical peculiarities. The poster messages are analyzed as a variant of creolized texts. The French artistic poster's unique rhetorical character is conditioned by synergies of the different systems of signs as well as the multidirectional communicative strategies of artistic and advertisement messages. The linguocultural constant ART DE VIVRE à la française constitute the French artistic poster's semantic background.

Keywords: *French artistic poster, rhetorical organization, creolized text, linguocultural constant ART DE VIVRE à la française.*

УДК 821.161.2:81'42:398

Н. П. Ковтонюк, студ.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

СМИСЛОВИЙ КОНЦЕПТ КАРНАВАЛУ ЯК КОД ПРОЧИТАННЯ ДИСКУРСУ МАЙДАНУ

У статті проаналізовано дискурс Майдану в контексті широкого розуміння текстуальності та філософії карнавалу М. Бахтіна. Узято до уваги не тільки вербально-графічний, вербально-фонетичний, візуальний, а й некодований архетипно-міфологічний ряди. Особливий акцент зроблено на сміховому началі та способах його вербалізації в дискурсі Майдану.

Ключові слова: *дискурс, карнавал, текст, сміх, обсцентна лексика, архетип.*

Явище Майдану, окрім суспільно-політичного значення, має ще й культурологічне, адже воно стало знаковим у концептосфері українського народу, сформувавшись також як естетичний та текстуальний простір. Різні аспекти Революції Гідності були

предметами наукових і журналістських досліджень у працях "Майдан. Революція духу" А. Мухарського, "Є люди" К. Бернадських, "Гамбіт надії" М. Слабошпицького, "Майдан. Хроніки недореволюції" І. Загребельного, "Літопис самовидця. Дев'ять місяців спротиву" О. Забужко, Г. Терен, "Українська історія, російська політика, європейське майбутнє" Т. Снайдера, "Мистецтво Майдану. Дослідження з соціокультурної антропології" Н. Мусієнко, "Майдан як симптом: травма, рана і крипта" Т. Гундорової та в збірці статей та есеїв "Majdan! Ukraine! Europe!". Незважаючи на те, що в деяких із них здійснено аналіз культурологічного плану цього явища як "вражаючого артефакту", що складається з перформансів та інсталяцій [11, 157], як "травматичного кічу" [6], проте відсутні спеціальні дослідження смислових вимірів семіосфери Майдану як текстуального простору. Цим і зумовлена актуальність статті. Метою дослідження є пошук адекватного коду прочитання та систематизації гетерогенного тексту Майдану, що створювався протягом листопада 2013 – лютого 2014 року.

Майдан у його культурологічному зрізі є дискурсом, *"мовленням, зануреним у життя"*, невіддільним від екстралінгвістичних факторів (прагматичних, соціокультурних, психологічних) [3]. Проте читати його можна тільки позбавившись уявлення про текст як про синтагматичний ланцюг, що має презумпцію мовної кодованості. Варто відмовитися також і від розуміння цього поняття як сукупності знаків будь-якої семіотичної системи. У сучасній науці текст виведено за межі лінгвістики Ж. Деррідою, що зазначив: *"...текстуальність є не лише властивістю окремих текстів, але й формою організації самого знання, графічною перкусією людського мислення… Реальність завжди є текстом: світ відкривається людині лише у формі текстів, історій про нього… Усе осмислюється в тексті, усе є частиною тексту, того тексту, яким є світ, та первісна текстуальність мислення, через яку і в межах якої народилася сама культура"* [1] (пер. з рос. наш. – *Н. К.*). Отже, він екстраполюється як на матеріальні, так і на нематеріальні явища. Саме тому дискурс Майдану складається не тільки з кодованого гетероген-

ного тексту (фольклору (пісня "Горіла шина, палала"), публіцистики, обговорення в соціальних мережах, фотожаб, написів та зображень на парканах, асфальті, транспарантах), а й з некодованого тексту масової свідомості. Він розпадається на вербально-графічний (написи на транспарантах), вербально-фонетичний (гасла: *"Хто не скаче, той москаль"*, *"Студенти прийдуть – порядок наведуть"*), візуальний (малюнки на транспарантах, касках, фотожаби, стріт-атр) та архетипно-міфологічний ряди, які взаємодіють між собою, утворюючи єдиний інтерсеміотичний простір.

Гетерогенний текст Майдану можна перепрочитати за допомогою концепту карнавалу, який увів М. Бахтін, зазначаючи, що це свято "*було ніби тимчасовою перервою дії всієї офіційної системи з її заборонами та ієрархічними бар'єрами. Життя на короткий термін виходило зі своєї звичайної, узаконеної й освяченої колії у сферу утопічної волі"* [4] (тут і далі пер. з рос. наш. – Н. К.). Просторові та часові параметри Майдану задовольняють хронотопні вимоги карнавалу, який відбувається, як правило, на центральній площі міста в сакральний період народного свята, що протиставляється науковцем офіційному, обмеженому церквою [4]. Територія, де відбувалася українська Революція Гідності, була місцем, на якому анульовувалися всі обмеження та реалізовувалася демократична утопія. Намагаючись витіснити мирний протест, представники влади передчасно привозить на площу ялинку, і відтоді семантичні рамки Нового року охоплюють дискурс Майдану, перетворивши його на урочисте очікування політичного Нового року – повної люстрації старого режиму. Це видно з плакату, на якому під зображенням В. Януковича та М. Азарова за ґратами написано "Свято наближається". Таким чином акція нонконформізму перетворюється на народний карнавал, а привезене деревце поглинається його концептосферою й в умовах нової семантичної системи стає інсталяцією-символом під назвою "Йолка". Українці ж повертаються до сакрального розуміння Нового року як *"реактуалізації космогонії, ... повторення часу спочатку, тобто відновлення доісторичного, "чистого" часу, що був у момент творення"* [9, 42], надаючи йому міфологічно-політичного значення: повне оновлення дер-

жавної системи та законів співжиття. Саме це свято є найбільш сприятливим для проведення всенародного карнавалу, оскільки передбачає травестії, концентрацію великої кількості людей в одному місці. Як відомо, Майдан не розходився аж до виборів, своєрідного символу політичного Нового року.

Карнавальні ознаки Майдану не закінчуються його хронотопними характеристиками. До них можна додати й наявність святкової атмосфери, адже в листопаді та грудні 2013 року дискретність побутового часу була зруйнована гучним протестом-маскарадом з транспарантами, музикою, співом, переодяганням, і всеохопність цього явища, оскільки Майдани з'явилися майже в усіх містах України, а також травестію учасників, що прослідковується на першому етапі революції (дівчинка в масці коня, простий одяг політиків) і на другому (маски як засіб заховати обличчя від влади, уникнути переслідувань, каски, наліпки на одязі). Проте найголовнішою ознакою карнавалу стає долання соціальних чи ментальних бар'єрів, що забезпечує абсолютну рівність учасників, відсутність інтелектуальних та ієрархічних опозицій: "простий народ – інтелігенція", "підвладний – владний". Наприклад, Брати Капранови стверджували: *"Ми не маємо алергії на те, щоб постояти з кимсь поруч. Ми оцінюємо не людину, а її вчинки"* [5]. Юрій Андрухович під час дискусії на Лейпцизькому книжковому ярмарку 13 березня 2014 року зазначив, що статус літератора на Майдані нічим не відрізнявся від статусу інших: *"У нас із самого початку одне з гасел – "крапля в океані". Було страшно важливо стати людською, індивідуальною краплею в океані протесту. Ми зустрічалися там з багатьма колегами, ми перетиналися на Майдані, бо ми були саме тими краплями"* [15]. Свідченням того, що ієрархічно організована державна системи на певний час припинила своє існування є й неавторитетний статус політиків на Майдані, адже учасники Революції Гідності протиставили їм своїх делегатів (саме так і почалася політична кар'єра В. Парасюка, М. Гаврилюка). Соціальний фільтр зрівняного в правах натовпу відсіяв усіх, хто протиставляв себе "простому народові". Єдиним способом утримати авторитет для політика залишалася маска радикального блаз-

ня-трикстера, якою скористався О. Ляшко. Створений ним імідж був спрямований на презентацію знакової в політичному просторі "єдності з народом" не тільки через простакуватість та словесну агресію, а й через вплив на національне несвідоме за допомогою експлуатації культурних, етнічних та державних кодів українців, адже вила є символічним утіленням їхньої ментальної суті як хліборобської господарської нації та контурним повторенням герба – Тризуба.

Концентрація великої кількості людей призводить до актуалізації масової свідомості, що реалізується в міфологічно-архетипному ряді дискурсу Майдану. Він представляється архетипами Нового року, блазня, ялинки, включає в себе й імена людей, що стали символічними, вийшовши за межі ідентичності зі своїм носієм. Так, дискурс Майдану містить багато зображень та цитат Т. Шевченка, С. Бандери. Згадуються тут і В. Стус, і В. Симоненко. Постать Т. Шевченка, що є елементом національної міфології, у концептосфері Майдану представляється порізному. Наприклад, І. Андрусяк осмислює її в традиційно-народницьких рамках: *"Дух Шевченка просвічував і супроводжав всіх учасників наших визвольних змагань у їх боротьбі. Кожний революційний рух в Україні носив знамена Шевченкового посланництва, списаного в "Кобзарі"* [2]. Самі ж протестувальники насмілилися деавтоматизувати використання етнотипу, зображаючи поета в позі лотоса та в буддійському одязі. Отже, майданівський карнавал травестує не тільки учасників дійства, а міфологізовані та сакралізовані постаті національного культурного простору.

Обов'язковим атрибутом карнавалу є сміх, "*універсальний, направлений на все та всіх (й на самих учасників карнавалу)"* [4]. Він *"включає в себе момент перемоги не тільки над страхом перед потойбічними жахами, перед священним, перед смертю, – але й над страхом перед будь-якою владою, перед земними царями, перед земним соціальним верхом, перед усім, що пригнічує й обмежує"* [4]. Утілюючись у вербальному, частково візуальному рядах дискурсу Майдану, він стає невід'ємним його елементом, виконуючи перш за все захисну функцію. Комічний ефект досягається мовними іграми *("Народному кату народний*

каток" – про каток, який хотіли встановити представники влади на майдані Незалежності), паліндромами (М. Азаров – вора зам), парономазією (тітушки – простітушки), використанням омонімів з різних суспільних контекстів *("Шановний Вітя Ф! Ти впевнений, що під час складання присяги Президента ти клав на Конституцію України саме руку?"* – обіграно слово "класти", що в розмовному стилі стосується процесу дефекації).

Окремо слід розглянути мову Майдану, оскільки вона повністю відповідає типові "карнавального стилю", про який М. Бахтін говорить: *"Тут виробляються особливі форми мовлення й жесту, які є відкритими й вільними, не визнають ніяких дистанцій між співрозмовниками, не обмежуються звичайними (позакарнавальними) нормами етикету й пристойності)* [4]. Їй властиві фамільярні звертання (замість Віктор Федорович Янукович, "Вітя", "Яник"), порушення літературних норм. Особливе ж місце у вербальному просторі Майдану займає обсцентна лексика, зокрема сексуалізми [8], що стосуються статевої сфери життя, та скатологізми [8], пов'язані з тілесним низом людини. В одному з інтерв'ю Л. Ставицька розглядає непристойні слова в контексті духовного опору українських письменників радянським лімітам: *"...Антитоталітарні настрої поширювалися, і письменник міг свій супротив несвободі – і мовній, і духовній – протиставити цю мову. Цей обсцентний шар мусив презентувати модус вербальної свободи. Слововживання – як виклик, форма опору"* [14]. Аналогічно можна пояснити й появу нелітературного пласту лексики в дискурсі Майдану, проте тут актуалізується ще одна функція ненормативних слів – долання страху перед державною владою та силовими структурами шляхом *"приниження рангу опонента в соціальній ієрархії"* [9]. Під вербальний "обстріл", як правило, потрапляють політики та чиновники, адже карнавал перевертає соціальну піраміду: замість царя обирається король дурнів, блазень (усі сміялися з мови М. Азарова, названої "азірівкою" [18], помилок В. Януковича, тобто "янукізмів" [17]). Комічне виникає в результаті поєднання непоєднувального, тому в дискурсі Майдану з цією метою використано назви соціальних верхів та слова, що стосуються тілесного

низу. Так, А. Яценюк став Яйценюком, Путін – Пукіним, нардепи – нардупами, а особливий підрозділ міліції "Беркут" "*улетел на йух"*, куди протестанти неодноразово відправляли й Президента Російської Федерації (напис на одній з його фотографій: *"Щасливого пути на йух"*). Обсцентна лексика, використана як спосіб подолання страху, допомагає "понизити" місце перебування "високопосадовців": *"Україну в Європу, Януковича в…", "Пшонку на кашу, Захарченка в парашу"*. У контексті уявної дислокації політиків вербальна агресія українців подекуди набуває більш пристойних форм: *"Зековську потвору під замок в комору", "Яника й міністрів культури на склад макулатури"*. Часто протестанти словесно окреслюють і таку форму непристойної поведінки, як роздягання, тобто оголення тілесного низу (після появи в інтернет-мережі відео зі знущаннями над М. Гаврилюком народ пропонує своїй владі: *"Голими на нари геть")*. Використовується й негативний для нашої культури концепт гомосексуалізму: М. Азаров стає госпідаром, Янукович – підарештом ("*Посадив собі ялинку, а виросла йолка. Президент став підарештом – нема з нього толку*" [13]). Варто зазначити, що непристойний елемент цих оказіональних утворень завуальовується мовною грою, що є свідченням інтелектуальної діяльності авторів. У контексті протесту Партії регіонів проти інтеграції в ЄС з'являється й висновок народу: *"Если страшно за анал, значит ты регионал!"*. Апеляція до тілесного низу людини не обмежується використанням назв статевих органів чи алюзій на них (Хутін Пуй, Хуйло), а включає й скатологічні назви (напис "Партія гемороїв" часто супроводжується зображенням процесу дефекації). Навіть поет О. Ірванець у вірші "Радісна пісня" обіграє омоніми (політичне кліше "накласти вето" та вульгаризм "накласти"): *"Наш Осьмомисл і Мудроглав / Пророк щосили: / – Просили вето – я й наклав. / Тепер щасливі? / З нас кожен у майбутнє йде, / А не у безвість. / Та Він ще стільки накладе – / Не розгребетесь..."* [16]. І сексуалізми, і скатологізми, що дуже часто поєднувалися в рамках одного наративу (*"Януковіч минет папізже! P.S. Мої друзі підарілі обісцяння"),* були спрямовані на деві-

ацію політиків й допомагали *"скинути високе й старе – готове й завершене – в матеріально-тілесне потойбіччя для смерті"* [4].

Цікаво, що апеляція до матеріально-тілесного низу, яку М. Бахтін називає *"організуючим началом"* карнавалу [4], у дискурсі Майдану є постійною, проте не завжди набуває образливих форм. Так, О. Покальчук використовує цей прийом задля метафоричного оформлення суспільно-політичної аналітики щодо зв'язку Помаранчевої революції та Євромайдану: *"2004 рік був для України, як перший поцілунок, а 2013 – як перший секс. Ми через якийсь час зрозуміємо, що нас кинули, а ще через якийсь час відчуємо, що ми "залетіли". Якщо врахувати, що дев'ять років тому нам було 14, а зараз 22, то паралель цілком прозора"* [12]. Анонімний автор на стіні одного з будинків на майдані Незалежності перетворює слово "секс" на абревіатуру, користуючись ним для створення атракції: "СЕКС – Сильно Економічно Корумповане Суспільство". Процес народження та його атрибути часто згадуються й у публіцистиці, присвяченій Майдану, проблема якого аналізується в руслі руйнування постколоніальної свідомості, виходу на політичну арену покоління ровесників незалежності. Для України це розрив пуповини з Російським імперіалізмом, радянськими шаблонами й моделями розбудови влади. Л. Денисенко у статті "За Родіну, за Путіна" зазначає: "*Ми не могли бути іншими, бо до цього часу в організмі держави, в більшості з нас сидів кровавий послід, сидів СРСР, дай Боже, щоб вийшов зараз увесь, повністю… Адже здається, що в сусідній країні він вріс в матку. Цей послід – СРСР"* [7].

Карнавал неможливий без гротеску, розмивання меж між людським тілом та світом тварин, рослин, неживих предметів, що в дискурсі Майдану використовувався, щоб дискредитувати владу й "принизити" її шляхом словесного й візуального перетворення на представників нижчих форм буття. Зафіксовано вживання з цією метою зоовокативів: *"Хочу жити як людина, Янукович – ти тварина"*, зображення В. Януковича у вигляді товстого кота (*"Путінський кошара*"), у короні з написом "Царь", а поруч, на палці – голова справжньої свині, під фотографіями В. Януковича та М. Азарова написи "Козел № 1", "Ко-

зел № 2", співвіднесення "Беркуту" з птахом та хворобою *("Обережно – пташиний грип"*). О. Покальчук називає "опозиційну трійку" (В. Кличка, А. Яценюка й О. Тягнибока) *"лебідем, щукою та раком"* [12], апелюючи одночасно до концепту тварини й до фразеологізму з відомої байки, що образно означує нескоординованість дій. Постать В. Януковича також пов'язується з рослинним та предметним світами: *"Овощ созрел! Пора убирать",* на старому порваному чоботі напис "Янукович", прізвисько Ялинкович). У створеному в семантичних рамках Майдану образі екс-президента спостерігаються ще й риси гротескної фігури чорта, адже його зображують з рогами.

Використання пейоративів, лайливих слів, ярликів, зоонімів, прізвиськ у дискурсі Майдану не є показниками низького рівня культури та освіти учасників протесту, адже їх не цуралися навіть інтелігенти. Окрім того, обсцентна лексика та інші різновиди ненормативних слів часто замасковані мовними іграми, парономазією, потенційними римами. Сміх, створений за допомогою непристойних вербальних форм та графічних зображень, став незвичайним арсеналом зброї обеззброєного народу, що допомагав у психологічній боротьбі з ворогом у всіх його іпостасях ("беркутушки", "пєтухі", "простітушки", "ялинкові", "нардупи", "Хутін", "Путлєри"). Лайка також стала основним інструментом створення території абсолютної свободи шляхом перевертання соціальної піраміди.

Отже, найбільш адекватним кодом прочитання та систематизації гетерогенного тексту Майдану можна вважати культурний патерн карнавалу, який увів у науковий обіг М. Бахтін. Свідченням цього є моделювання явища політичного протесту як свята, що має увінчатися повною люстрацією влади, арештом В. Януковича та його соратників, своєрідним політичним Новим роком. Окрім того, в дискурсі Майдану наявні такі ознаки карнавалу, визначені М. Бахтіним: тимчасове руйнування офіційної системи, перевертання соціальної піраміди, встановлення закону абсолютної рівності, наявність сміхового начала, апеляція до матеріально-тілесного низу, гротескні образи, фамільярні, а подекуди

й вульгарні, мовлення та жестикуляція, перебування натовпу на центральній площі міста в сакральний час. Смислова рамка цього концепту окреслює ситуацію й у кривавий період української революції, адже святковий характер, сміхове начало, витіснені у вербальні та графічні форми, продовжують існувати. Це означає, що дискурс Майдану є карнавальним на всіх етапах свого розвитку, хоча спочатку постає як свято з усіма зовнішніми та психологічними, соціокультурними атрибутами, а потім лише як карнавальне сприйняття дійсності на рівні масової свідомості.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Азарова Ю. О.* "Текст" и "текстуальность" в текстах Ж. Деррида [Електронний ресурс] / Ю. О. Азарова. – Режим доступу: http://webcache. googleusercontent. com/search?q=cache:l8CB_zsjvb8J:core.kmi.open.ac.uk/download/pdf/12080826.pdf+ &cd=2&hl=uk&ct=clnk&gl=ua&client=opera.

2. *Андрусяк І.* Шевченкове "Не однаково мені" та Майдан" [Електронний ресурс] / І. Андрусяк. – Режим доступу: http://www.galychyna.if.ua /articles/detail/ shevchenkove-ne-odnakovo-meni-ta-ukrajinskii-maidan/

3. *Арутюнова Н. Д.* Дискурс [Електронний ресурс] / Н. Д. Арутюнова // Лингвистический энциклопедический словарь. – М. : Советская энциклопедия, 1990. – Режим доступу: http://www.tapemark.narod.ru/les/136g.html

4. *Бахтин М. М.* Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса [Електронний ресурс] / М. М. Бахтин – Режим доступу: http://www.bim-bad.ru/docs/bakhtin_rablai.pdf

5. Брати Капранови: Захотіли б – були фюрерами [Електронний ресурс]: інтерв'ю – Режим доступу: http://m.obozrevatel.com/interview/brati-kapranovi-zahotili-b-buli-fyurerami-.htm

6. *Гундорова Т.* Майдан як симптом: травма, рана і крипта [Електронний ресурс] / Т. Гундорова. – Режим доступу: http://krytyka.com/ua/community /blogs/maydan-yak-symptom-travma-rana-i-krypta

7. *Денисенко Л.* За родіну, за Путіна [Електронний ресурс] / Л. Денисенко. – Режим доступу: http://life.pravda.com.ua/columns/2014/03/15/157683/?fb_ action_ids =480005432099412&fb_action_types=og.recommends&fb_source=other_ multiline&action_object_map=%7B%22480005432099412%22%3A653935384668480%7D&action_type_map=%7B%22480005432099412%22%3A%22og.recommends%22%7D&action_ref_map=%5B%5D

8. *Жельвис В. И.* Поле брани: Сквернословие как социальная проблема в языках и культурах мира [Електронний ресурс] / В. И. Жельвис. – М. : Ладомир, 2001. – 349с. ("Русская потаенная литература"). – Режим доступу: http://www.twirpx.com/file/985131/

9. *Еліаде М.* Священне і мирське [Електронний ресурс] / Е. Мірче; [пер. з нім. Г. Кьорян].– К.: Вид-во Соломії Павличко "Основи", 2001. – 115с. – Режим доступу: www.svit.in.ua/kny/Eliade_svia.pdf

10. *Мельниченко Г. В.* Етнічні корені обсцентної лексики [Електронний ресурс] / Г. В. Мельниченко – Режим доступу: w.confcontact.com/2009_03_18 /fk4_melnichenko.php

11. *Мусієнко Н.* Мистецтво Майдану: Дослідження з соціокультурної антропології / Н. Мусієнко // МІСТ: Мистецтво, історія, сучасність, теорія. – 2014. – Вип. 10. – С. 155–192.

12. *Покальчук О.* 2004 рік був для України, як перший поцілунок, а 2013 – як перший секс [Електронний ресурс] / О. Покальчук // Ipress. ua – Режим доступу: oleg_pokalchuk_2004_rik_buv_dlya_ukrainy_yak_pershyy_potsilunok_a_2013__yak_pershyy_seks_35460

13. "Президент став під арештом": коломийки від Карпи на Євромайдані. – Режим доспуту: http://life.pravda.com.ua/society/2013/12/16/145828/

14. *Ткачівська М. Р.* Мовні "заплави" або лихослів'я (перчений хліб перекладача) [Електронний ресурс] / М. Р. Ткачівська. – Режим доступу: file:///C:/Users/%D0%9D%D0%B0%D1%82%D0%B0%D0%BB%D0%BA%D0%B0/Downloads/vluf_2014_3_10.pdf

15. Українські письменники розказують Німеччині про Майдан та революцію гідності [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://gazeta.ua/articles /culture/_ukrayinski-pismenniki-rozkazuyut-nimechchini-pro-majdan-ta-revolyuciyu-gidnosti/547203?mobile=true

16. http://irvanets.livejournal.com/8844.html

17. http://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%AF%D0%BD%D1%83%D0%BA%D1%96%D0%B7%D0%BC%D0%B8

18. http://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D1%96%D0%BA%D1%96%D0%BF%D0%B5%D0%B4%D1%96%D1%8F:%D0%93%D1%83%D0%BC%D0%BE%D1%80/%D0%90%D0%B7%D1%96%D1%80%D1%96%D0%B2%D0%BA%D0%B0

Стаття надійшла до редакції 27.04.15

Н. П. Ковтонюк, студ.
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

Смысловая рамка карнавала как код прочтения дискурса Майдана

В статье анализируется дискурс Майдана в контексте широкого понимания текстуальности и философии карнавала М. Бахтина. Принято во внимание не только вербально-графический, вербально-фонетический, визуальный, но и некодированный архетипическо-мифологический ряды. Особый акцент сделан на смеховом начале и способах его вербализации в дискурсе Майдана.

Ключевые слова: *дискурс, карнавал, текст, смех, обсцентная лексика, архетип.*

N. Kovtoniuk, student
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

The Semantic Concept of Carnival as a Code of Reading the Discourse of Maidan

The article analizes the discourse of Maidan in the context of wide conception of textuality and philosophy of the carnival of Mihailo Bahtin. Not only verbal-graphical, verbal-phonetic, visual but also unencoded archetypal-mythological series are taken into account. Emphasis is placed on the comic component and ways of its verbalization in the discourse of Maidan.

Keywords: *discourse, carnival, text, laughter, obscene lexis, archetype.*

УДК 811.1122

В. В. Козловський, д-р філол. наук, проф.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ТАКТИКА ПОБУДОВИ ТА ІНТЕРПРЕТАЦІЯ СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНОЇ МОДЕЛІ (на матеріалі простого речення сучасної німецької мови)

Статтю присвячено дослідженню питання моделювання у мові, інтерпретації підходів лінгвістів щодо організації моделі, визначенню структурно-семантичних моделей простого речення в сучасній німецькій мові.

Ключові слова*: моделювання, структурно-семантична модель, просте речення, німецька мова.*

У науці моделювання вважається центральним дослідницьким методом, який спрямований на висвітлення властивостей предмета / явища за допомогою побудови його моделі. До загальних властивостей моделі відносять, насамперед, умовність, а критерієм адекватності вважають експеримент.

Моделювання у лінгвістиці є пріоритетною темою теоретичного і практичного синтаксису, яке спрямовано, насамперед, на опис моделей речення та складання списку таких моделей у мові. Лінгвістична прагматика надало питанню моделювання додаткової актуальності, оскільки одним з предметів її дослідження є комунікативні моделі (моделі мовленнєвої поведінки).

Об'єктом дослідження у статті виступає модель простого речення в сучасній німецькій мові; предметом – формальні та семантичні компоненти, які утворюють мінімальний каркас / схему (модель) такого речення. Завдання статті полягає у намірі інтерпретації підходів щодо організації структурно-семантичної моделі простого речення в сучасній німецькій мові, встановленні її логіко-граматичних ознак.

У теорії визначення моделі речення в сучасній німецькій граматиці існують д в а підходи [Москальская 1981, 23–45].

Одна група вчених встановлює та визначає зразок моделі простого речення на основі правил формальної граматики. За основу береться обов'язкова, мінімальна, структура речення, яка складається із підмета та присудка, наприклад: Das Auto fährt. Das Auto steht. Das Auto wird repariert. Відповідно визначається структурний мінімум (каркас, схема) речення, який іменується моделлю і може бути записаний такими символами: S (Subjekt) + V Präd. (verbales Prädikat). Наявним є ототожнення компонентів моделі із головними членами речення. Така модель німецького простого речення класифікується як двохкомпонентна [напр.: K. Boost 1955; B. Delbrück 1920; Ch. Dürscheidt 2005; U. Engel 2009]. Граматична форма предиката визначає семантику (зміст) речення. Вона складається із темпоральної семи (теперішнє), модальної семи (реальність) та аспектно-видової семи (пасив).

Інший підхід до визначення моделі простого речення ґрунтується на такому умовиводу: мовець при побудови речення повинен надати вислову "завершений" характер [напр.: H. Glinz 1962; H. Brinkmann 1971; W. Schmidt 1982; B. Techtmeier 1984; L. Weißgerber 1971]. Прихильники цього підходу вважають, що, хоча речення-моделі Das Auto fährt / Das Auto steht / Das Auto wird repariert з точки зору граматики є коректними, в інформаційному аспекті вони потребують логічного (змістовного / смислового) продовження. Розширення інформаційного поля відбувається за допомогою додавання до граматичного мінімуму необхідного (за наміром мовця) компоненту: Das Auto fährt langsam / schnell. Das Auto steht am Hause / am Kiosk. Das Auto wird seit gestern / seit drei Tagen repariert. Таку форму речення

слід, на думку представників "розширеного" підходу, вважати моделлю простого речення. Статус такої моделі зумовлений двома чинниками – граматичним та логіко-комунікативним. Перший чинник відбиває правильність побудови мінімального каркасу речення, а другий – його логіко-смислову завершеність. Синтаксична структура такого мінімуму записується як S (Subjekt) + V Präd. + Adv. (Adverb), а семантина – теперішнє + реальність + пасив + якість дії. Аналогічну інтерпретацію можна запропонувати реченню Das Mädchen singt. Уже в такому форматі воно відповідає вимогам двохкомпонентної моделі у мові (мінімальний каркас складається з двох компонентів, а лексичне значення дієслова не "вимагає" обов'язкового продовження, оскільки його "права валентність" є умовною). У той же час, за бажанням мовця речення може бути продовжено – Das Mädchen singt leise / laut / ein Lied. "Розширена" структура речення такого структурно-семантичного типу репрезентує трьохкомпонентну модель: її схема записується як S + V Präd. + O (Objekt im Akk.). Семантичними компонентами тут є: теперішнє + реальність + актив + якість дії + конкретний об'єкт дії.

Трьохкомпонентна модель простого речення спостерігається також у випадку, коли дієслово (за лексико-граматичним значенням) потребує обов'язкового додатку у формі Dativ або Genitiv [G. Helbig 1982]. Це, наприклад, дієслова: danken Dat. – завдячувати кому-н., gratulieren Dat. – поздоровляти (кого-н.); abholen Akk. – заходити за ким-н., dringen auf Akk. – наполягати на чому, sich interessieren (für Akk.) – цікавитися чим-н.: Ich danke dir. Er gratuliert mir. Er holt mich ab. Er interessiert sich für die Kunst. Якщо проігнорувати цей лексико-граматичний фактор, то речення буде вважатися з граматичної точки зору неправильним, а у логіко-комунікативному аспекті – незавершеним і незрозумілим: *Ich danke ... . *Er gratuliert ... . *Er holt ... ab. *Er interessiert sich ... . Модель речення з правильно оформленою валентністю може бути записана так: S + V Präd. + O (Dat.) / O (Akk.). Семантичними компонентами тут є: теперішнє + реальність + актив / пасив / рефлексиф + об'єкт у дат. / об'єкт в акк.

Граматична семантика дієслова у простому реченні німецької мови може бути основою також чотирьохкомпонентної моделі, наприклад: Der Junge widmete das Gedicht seiner Geliebten: S + V Präd. + O (Akk.) + O (Dat.). Семантика речення складається із сумі значень: теперішнє + реальність + актив + об'єкт в акк. + атрибутивний об'єкт. Сутність мінімальної структури (моделі) такого речення визначають валентні зв'язки дієслівного присудка: дієслово widmen передбачає обов'язкове введення об'єктів у формі Akk. та у формі Dat. "Викреслювання" якого-небудь з об'єктів призводить до порушення логіко-граматичної структури речення: *Der Junge widmete das Gedicht ... / *Der Junge widmete seiner Geliebten ... . Аналогічною буде інтерпретація речення Das Gericht beschuldigte den Mann der Bestechung: S + V Präd. + O (Akk.) + O (Gen). Дієслово beschuldigen (звинувачувати), як і дієслово widmen (присвячувати), потребує обов'язкового логіко-граматичного продовження [Duden. Grammatik 2006].

Отже, просте речення сучасної німецької мові може бути представлено:

1. Двохкомпонентною моделлю, основою побудови якої слугує граматичний фактор: S + V Präd. – Das Auto fährt / Das Mädchen singt.

2. Трьохкомпонентною моделлю, яка ілюструє обов'язкову або відносну праву валентність дієслова (діють фактори "логіко-граматичної правильності" та "комунікативної завершеності" речення): S + V Präd. + O (Akk.) – Er gratuliert mir / Er holt mich ab. Das Mädchen singt ein Lied.

3. Чотирьохкомпонентною моделлю, побудова якої ґрунтується на факторі "логіко-граматичній правильності": S + V Präd. + O (Akk.) + O (Gen.) – Das Gericht beschuldigte den Mann der Bestechung.

Процес моделювання у мові передбачає встановлення варіантів моделей. Важливість такого кроку полягає не тільки у визначенні структурних / структурно-семантичних типів речення, а і у виявленні лексико-семантичних і граматико-семантичних особливостей окремої мови.

Варіативність мінімальної структурної схеми речення пов'язана, насамперед, з наявністю у межах цієї схеми факультатив-

них компонентів. Факультативні компоненти є розпізнавальною ознакою (distinktives Merkmal) моделі. Чим більше таких компонентів вміщує речення, тим більше регулярних зв'язків фіксується в ньому. Наприклад, трьохкомпонентна модель Er gibt den Brief може мати такі варіанти (модифікації) розширення: → Er gibt mir den Brief → Er gibt mir den Brief des Vaters / Er gibt mir den vorigen Brief des Vaters. Попри розширення моделі, дієслово зберігає з собою центральну структурну функцію.

Розширення структури моделі речення спостерігається також у випадку перелічування головних компонентів: Die Kinder tanzen → Die Kinder und ihre Eltern tanzen → Die Kinder tanzen und singen → Die Kinder und ihre Eltern tanzen und singen. Аналогічний процес відбувається під час перелічування інших членів речення: Er spielt → Er spielt Geige → Er spielt Geige und Klavier → Er spielt Geige, Klavier und Flöte.

Продуктивними є варіанти моделі, які ілюструють ускладнення присудка за рахунок модального дієслова: a) Er singt → Er will / kann / muss singen.

Варіативність у межах структурної схеми (моделі) може бути зумовлена субституцією – можливістю заміщення всіх позицій в структурній схемі (моделі) речення, крім позиції дієслівного присудка (Präd. V), словами різних класів. Наприклад, іменник → займенник: Der Lehrer trat in den Raum ein → Er / sie trat in den Raum ein. Разом з тим, правила субституції є різними для різних моделей, а можливість заміни лексичної одиниці іншою лексичною одиницею може слугувати розпізнавальною ознакою моделі. Наприклад, речення Das Mädchen legt das Heft in die Tasche і речення Die Henne legt (das Ei /die Eier) побудовані за різними моделями і відрізняються не тільки кількістю обов'язкових / факультативних компонентів, а і різницею у правилах субституції. Іменник das Mädchen ми можемо замінити на інший іменник (напр., der Junge / der Schüler) або займенники er / sie / jemand. У реченні Die Henne legt (das Ei / die Eier) заміна іменника die Henne можлива тільки із ряду назв птахів, а лексичне заповнення додатку залишає тільки іменник das Ei. Можливості та обмеження щодо варіативності моделі зумовлено семантикою дієслова legen,

яке має значення класти, укладати; а у поєднанні з іменником die Henne йдеться виключно про нестися / класти яйця.

Особливість будови німецького речення визначає можливості субституції. Наприклад, модель речення, в якому підмет виражений іменником або особовим займенником має низку варіантів – Der Mann / Er / Jemand klopft (an die Tür), у той час як у підмета в реченні-моделі Es klopft адекватної заміни немає.

Варіювання у межах тотожності мінімальної структурної схеми речення виникає також у зв'язку із необхідністю введення у склад структурної схеми додаткових формальних елементів, які не впливають на граматичне значення речення. Наприклад, інверсія підмета зумовлює в німецькій мові введення частки es (формального підмета), а інверсія підмета у формі інфінітива – включення частки zu: Ein Mädchen lebte – Es lebte ein Mädchen. Turnen ist gesund – Es ist gesund zu turnen.

Висновок. Модель речення інтерпретується як ціле, що складається з постійних елементів – граматичних, лексичних, лексико-граматичних, які індивідуально (автономно) або у взаємозв'язку виражають властивий тільки даному структурному типу речення зміст (Inhalt). Модель включає у себе тільки суттєві формальні одиниці мови [Ломтев 1959, 7–8]. Процес побудови моделі ґрунтується на правилах синтактико-семантичної взаємодії одиниць і описується у логічно несуперечливій формі. За допомогою моделювання пояснюється внутрішній зміст об'єкта та його зовнішня функціональна спрямованість.

У сучасній німецькій мові просте нерозповсюджене / розповсюджене речення є окремим класом речень, модель яких виявляє двохкомпонентну, трьохкомпонентну і чотирьохкомпонентну структуру. Розширення моделі – збільшення формальних компонентів – веде до її варіативності.

Перспектива дослідження цього питання пов'язана із визначенням моделей речень інших синтаксичних утворень – складносурядного та складнопідрядного, а також речень з інфінітивними конструкціями. Важливим для розуміння специфіки синтаксису німецької мови можуть стати кроки у напрямку встановлення мовних моделей у межах категорії модальності, а також граматичної категорії пасиву.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Ломтев Т. П.* О некоторых вопросах структуры предложения / Тимофей Петрович Ломтев. // Филологические науки, 1959. – № 4. – С. 34–51.

2. *Москальская О. И.* Проблемы системного описания синтаксиса / О.И. Москальская. – Москва : "Высшая школа", 1981. – 174 с.

3. *Boost K.* Neue Untersuchungen zum Wesen und zur Struktur des deutschen Satzes. Der Satz als Spannungsfeld / Karl Boost. – Berlin, 1955.

4. *Brinkmann H.* Die deutsche Sprache. Gestalt und Leistung / Hennig Brinkmann. – Pädagogischer Verlag Schwann: Düsseldorf, 1971. – 939 S.

5. *Delbrück B*. Grunlagen der neuhochdeutschen Satzlehre: ein Schulbuch [für Lehrer] / Berthold Delbrück. – Leipzig : Ver. wiss. Verl, 1920. – 91 S.

6. *Duden.* Die Grammatik [in 12 Bänden] / Dudenredaktion. – [7., völlig neu erarbeitete und erweiterte Aufl.] – Dudenverlag : Mannheim-Leipzig-Wien-Zürich, 2006. – Bd. 4. – Dudenverlag : Mannheim-Leipzig-Wien-Zürich, 2006. – 1343 S.

7. *Dürscheid Ch.* Syntax: Grundlagen und Theorien (Lehrbuch) / Dürscheid Christa. – [3. unveränderte Aufl.]. – Wiesbaden : VS, Verl. für Sozialwiss, 2005. – 242 S.

8. *Engel U*. Syntax der deutschen Gegenwartssprache / Ulrich Engel. – [4. völlig neubearbeitete Aufl.]. – Berlin: E. Schmidt, 2009. – 309 S.

9. *Glinz H.* Die innere Form des Deutschen / Hans Glinz. – [3. Aufl]. – Bern, München: Francke, 1962. – 505 S.

10. *Helbig G*. Valent – Satzglieder – semantische Kasus – Satzmodelle / Gerhard Helbig. – Leipzig: Verlag Enzyklopädie, 1982. – 106 S.

11. *Schmidt W*. Die Funktionale Satzperspektive (Thema-Rhema Gliederung im Deutsch) / Wilhelm Schmidt // Germanistische Studientexte: "Wort – Satz – Text" [unter Redaktion von Irmhild Barz und Ulla Fix]. – [2 unveränderte Aufl.]. – Leipzig: VEB Verlag Enzyklopädie, 1982. – S. 128–134.

12. *Techtmeier B.* Das Gespräch/Funktionen, Normen und Strukturen / Bärbel Techtmeier. – Berlin: Akademieverlag, 1984. – 118 S.

13. *Weisgerber L.* Von der Kräfte der deutschen Sprache. Grundzüge der inhaltsbezogenen Grammatik / Leo Weisgerber. – Düsseldorf: Schwann, 1971.

Стаття надійшла до редакції 27.04.15

В. В. Козловский, д-р филол. наук, проф.
Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, г. Киев

Тактика построения и интерпретация структурно-семантической модели (на материале простого предложения современного немецкого языка)

Стаття посвящена исследованию вопроса моделирования в языке, интерпретации точек зрения на организацию модели предложения, определению структурно-семантических моделей простого предложения в современном немецком языке.

Ключевые слова: *моделирование, структурно-семантическая модель, простое предложение, немецкий язык.*

V. Kozlovskyi, Dr. of science, Prof. Institute of Philology
Kyiv Taras Shevchenko National University

The tactics of construction and interpretation of structural und semantic models (based on the simple sentences of the German language)

The article is devoted to the issue of modeling in language; it contains an overview of different points of view on the problem of the number of the patterns of a simple sentence in Modern German language.

Key words: *modeling, structural and semantic model, a simple sentence, German language.*

УДК 81:1

Ю. В. Крисальна, асп.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка

КОМУНІКАТИВНІ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ КОНЦЕПТУ ANGEL (на матеріалах сучасної англомовної реклами)

У статті представлено компаративний огляд 24 англомовних рекламних кампаній, що містять апеляції до концепту ANGEL з метою встановлення особливостей оприявлення цього концепту в сучасному комунікативному просторі. Визначено основні категорії товарів, рекламні кампанії яких, містять апеляції до концепта ANGEL. Роглянуто розвиток концепта ANGEL в культурно-історичній ретроспективі, та відзначено вплив історичних нашарувань на його сучасні комунікативні репрезентації.

Ключові слова: *ANGEL, релігійний концепт, вербалізація концепту, рекламний дискурс.*

У сучасних успішних рекламних кампаніях наявна тенденція до створення настрою/образу/іміджу/бренду на основі базового концепту у маркетингу наявний термін "рекламна концепція" – понятійна карта кампанії, концепт, або сума концептів, які є пріоритетними для просування товару, завжаючи на численні фактори серед яких: споживацька аудиторія, ідеологія компанії, характеристики продукту, особливості ринку тощо. Базовий

концепт кампанії може не мати у ній прямого вербального втілення, але у її межах може відбуватися апеляція до нього на рівні візуальних і/або звукових образів. За базовий концепт кампанії здебільшого обирається такий, що має певну аксіологічну привабливість: кохання, сім'я, друзі; винятковість, новий досвід, привабливість, вічна молодість тощо.

Зазначимо, що при створенні реклами закладається два можливих набори мотиваційних цілей: з одного боку – страх того, чого люди хотіли б уникнути; з іншого боку – різноманітні бажання того, чого люди хотіли б досягти. Таким чином, товар продається не як фізична данність, а його психологічна відповідність, те, як він може психологічно допомогти. Так, у дослідженнях мотивації в рекламі Венс Паккард виділяв 8 основних категорій, що сприятимуть успішному просуванню товару: продаж емоційної безпеки, продаж підтвердження цінності, продаж самовдячності, продаж творчості, продаж об'єктів любові, продаж почуття влади, продаж почуття коренів, продаж вічності [13].

Зважаючи на зростання "концептуальної" складової реклами слід відзначити, що дедалі зростає частка апеляцій до релігійних концептів. Це можна пояснити їх універсальністю, ємністю, глибинністю, багатогранністю, значним обсягом конотаційних зв'язків а також тим, що кожна із визначених В. Паккардом ціннісних категорій здавна осмислювалася і отримувала морально-етичну оцінку в різноманітних релігійних системах.

Однією із ключових тенденцій сучасної реклами є орієнтація на запам'ятовуваність та впізнаваність товару (навіть у мові з'явилася низка виразів, що ілюструють таке спрямування *catchy slogan, gimmicky packaging, eye-catching logo* тощо). Існує багато шляхів для реалізації цієї мети: створення реклами як витвору мистецтва (короткі відеоновели Cartier, Dior, Volkswagen, Extra та ін.), діяльнісна реклама, повторюваність та серійність реклами, провокаційні промо-акції, епатаж тощо. Але будь-яка із цих комунікативних тактик передбачає необхідність вразити, запам'ятатися. Тому, у пошуках креативних підходів, маркетологи здійснюють вплив не лише на вибір споживачем певного проду-

кту, а і на його концептосферу шляхом створення нових, зокрема неочікуваних образів.

Тож, у рекламі більшість з концептів зазнають когнітивних модифікацій, наприклад використовується і актуалізується не ядерна, а переферійна частина концепту або відбувається ряд когнітивних зсувів, що призводять до трансформації концепта (заміна позитивної конотації на негативну, когнітивна субституція, когнітивне клонування тощо). Розглянемо особливості модифікації релігійного концепта на матеріалі концепта ANGEL.

У сучасній рекламі концепт ANGEL часто репрезентується як молода сексуальна дівчина. Наприклад, приваблива дівчина у спідній білизні Victoria's secret, так звана Victoria's secret angel (офіційна назва моделей, які представляють цю марку) рекламує новий аромат одноіменного бренду *"Introducing: Victoria's secret Angel gold fragrance. It's the fragrance that every angel wants. And it's only for Victoria's secret*". За класифікацією В. Паккарда у цій рекламі наявні продаж підтвердження цінності (*fragrance that every angel wants; it's only for Victoria's secret*"), продаж об'єктів любові (наявність привабливих дівчат у рекламі спонукатиме чоловіків купувати саме цей парфум в подарунок), продаж почуття влади (та, що користується цим продуктом прекрасна і приваблива, перед нею не ніхто не встоїть), продаж вічності (та, що використовує цей парфум завжди молода і приваблива). Але аналіз саме концепта ANGEL у цьому відео передбачає попередній розгляд історично-культурного контексту розвитку концепта ANGEL.

Протягом дослідження ми дійшли висновку, що когнітивна та етимологічна детермінованість сучасних репрезентацій концепту ANGEL у мистецькій загальнокультурній парадигмі є недослідженою у сучасній філологічній науці, тож на прикладах англомовної реклами (опрацьовано 24 англомовні рекламні кампанії в яких наявні репрезентації концепту ANGEL) у даній статті пропонуємо спробу дослідження у межах стислого історичного екскурсу.

Надприродні істоти – духи, які передавали божу волю, зустрічаються в багатьох міфологічних та релігійних традиціях. У давьогрецкій і давньоримській міфології зустрічалися крилаті істоти чи напівбоги: Амур (Ерос)/ Купідон – бог кохання (рис. 1, 3)

At the beginning there was only Chaos, Night (Nyx), Darkness (Erebus), and the Abyss (Tartarus). Earth, the Air and Heaven had no existence. Firstly, blackwinged Night laid a germless egg in the bosom of the infinite deeps of Darkness, and from this, after the revolution of long ages, sprang the graceful Love (Eros) with ***his glittering golden wings****, swift as the whirlwinds of the tempest. He mated in the deep Abyss with dark Chaos,* ***winged like himself,*** *and thus hatched forth our race, which was the first to see the light.* [15]. Втім, за функціональністю до концепту ангела більш дотичні Гермес, який мав чарівне взуття з крилами і сповіщав волю богів (рис. 2), ... *Oh mighty* ***messenger of the gods*** *of the upper and lower worlds ... (Aeschylus)* [19]. His sandals, called *pédila* by the Greeks and *talaria* by the Romans were made of palm and myrtle branches, but were described as beautiful, golden and immortal, made a sublime art, able to take the roads with the speed of wind. Originally they *had no wings, but late in the artistic representations, they are depicted.* In certain images, *the wings spring directly from the ankles* [32]. та Ніка-вісниця, яка зображувалася із крилами (рис. 4) *The Winged Victory of Samothrace, also called the Nike of Samothrace, is a 2nd-century BC marble sculpture of the Greek goddess Nike (Victory). Since 1884, it has been prominently displayed at the Louvre and is one of the most celebrated sculptures in the world. H.W. Janson described it as "the greatest masterpiece of Hellenistic sculpture." [9].*

Рис. 1

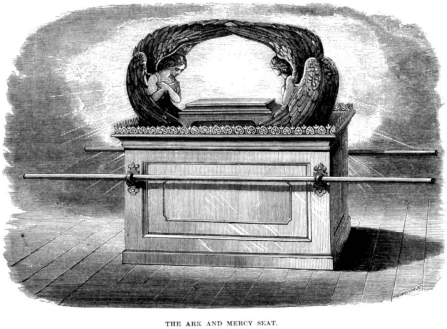
Hermes (The Flying Mercury by Giovanni Da Bologna, 1580)

Рис. 2

Рис. 3

Рис. 4

Заздалегідь відзначимо, що у іудаїзмі, та згодом у християнстві та ісламі, концепт крилатого вісника божого з плином часу зазнав змін.



THE ARK AND MERCY SEAT.

Рис. 5

Рис. 6

Рис. 7

Коренева лексема, яка вербалізує концепт – ANGEL – в англійській мові грецького походження, запозичена через латину і французьку, означає – "вісник, посланець" [2]. Сам концепт давніший, оскільки має біблійне походження, тож його семантичний код бере початок у івриті. У іудаїзмі у тексті Танаха зустрічається кілька відповідників поняття "ангел". *Mal'akh* (מַלְאָךְ), – посланець (часто застосовується для позначення людей, відзначених Богом (e.g. [Gen. 32:4]), також, використовується фігуративно (e.g. [Ps. 104:4]). У сучасному івриті узус цієї лексеми звузився винятково до позначення надприродніх посланців. '*elohim* ("бог" or "боги"; [Gen. 6:2; Job 1:6]), частіше – *bene* '*elohim* чи *bene* '*elim* (дослівно "сини божі") – останнє використовиується у значенні "священні/божествені істоти". Таке різноманіття семантично близьких лексичних позначень ускладнює переклад та інтерпретацію, наприклад у визначенні людської чи надприродньої сутності посланця. У Біблії також згадуються ангелоподібні істоти херувими і серафими, які виконують значну кількість функцій та завдань, *I saw the Lord sitting on a throne, lofty and exalted, with the train of His robe filling the temple. Above it stood* ***the seraphim****: each one had six wings; with two he covered his face, and with two he covered his feet, and with two he did fly. [Isaiah 6:2]);* їх важливість і священність підкреслюється тим, що їх зображення прикрашали будівлю Храму Соломона і навіть Ковчег Заповіту (рис. 5) *A pair of colossal size overshadowed it in Solomon's temple with the canopy of their contiguously extended wings. [1 Kings 6:27] It was divided from the holy Ceiled by curtains which bore* ***cherubic figures*** *embroidered in blue and purple and scarlet [Exodus 26:1].*

Додаткові складнощі виникають як результат відсутності чіткого розмежування у священних текстах між Богом та Його посланцями. Так, Агарі являється ангел, але далі у тексті вона каже, що сам Бог говорив до неї *"the Lord that spoke unto her" [Gen. 16:7, 13; similarly 21:17 ff.].* Бог наказує Аврааму принести Ісаака у жертву; далі – до Авраама з небес говорить ангел Господній [Gen. 22:1 ff., 11–18]. В іншому Біблійному сюжеті – Гедеон іноді говорить із Богом, іноді із ангелом Божим [Judg. 6:11 ff.]. Така референтна дивіація може мати два пояснення: ангел

сприймався не як окрема істота, а як маніфестація Божої волі; або ж, вірогідно, першопочатково у біблійних сюжетах люди спілкувалися безпосередньо з Богом, а пізніше переписувачі священних текстів, почали вводити у тексти ангелів як посередників, для підвищення рівня сакралізації [10].

Першопочатково, ангел викликав страх, трепрет *(11 Then there appeared to him the angel of the Lord, standing on the right of the altar of incense. 12* ***The sight disturbed Zechariah and he was overcome with fear****. 13 But the angel said to him,* ***'Zechariah, do not be afraid****, for your prayer has been heard. Your wife Elizabeth is to bear you a son and you shall name him John*. [8]).

Авраамістичні релігії мають розгалужену уяву про градацію ангельських чинів і ликів, про їх функції та задачі (1, с. 15, 29–32, 35–37, 40–44). У християнській культурній традиції можна вирізнити такі автентичні компоненти концепта "Ангел": "посланець", "вісник", "послух Богу, виконання і передача Його волі", "викликає священний трпет"; в процесі історичного розвитку семантичні та атрибутивні складові концепта варіюються.

Серед розглянутих рекламних кампаній елемент трепету було виявлено лише у рекламі енергетичного напою Red Bull [30]. Тут наявна, за термінологією Дж. Лакоффа "просторова метафора" (небо, рай – згори; пекло – внизу): ангел спускається згори, його поява викликає страх і трепет, що підкреслює надприродність, ексклюзивність, неземну ефективність продукту, який рекламується. Такі елементи рекламного ролику як ангелькій хор (акапельний спів), безлюдиний нічний собор додають таємничості та містичності, тож сприяють встановленню відчуття винятковості продукту [11].

Біблійне та ранньосередньовічне уявлення – грізний мудрий світлий юнак, вісник Божий має надприродні можливості, викликає трепет (рис. 8). У період Середньовіччя – період феодальних воєн і хрестових походів, особливо вшановують Архістратига Михаїла, як звитяжного воїна, переможника Диявола (рис. 9, 10); багато міст, знатних родин обирають його своїм патроном; поширена есхатологічна тема сприяє встановленню саме образу світлого і грізного ангела (рис. 9).

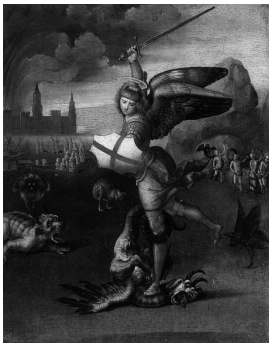


Рис. 8 **Рис. 9** **Рис. 10**

Переломним етапом у когнітивних модифікаціях концепту стає поема Дж. Мільтона "The Paradise Lost" [рис. 10]. Образ ангела все ще у тематичній героїці: *O Myriads of* ***immortal Spirits****,"[27];* ***Cherubic watch****, and of* ***a Sword the flame*** *[120 Book 11]. Wide waving, all approach farr off to fright, And* ***guard all passage*** *to the Tree of Life [27: Book 11].* Втім, відбувається романтизація, та, що характерно для періоду Відродження, антропоморфізація образу ангела, зокрема, образ Диявола із фольклорного простору потрапляє у літературу, і постає як велична особистість хороброго воїна *"they* ***rag'd Against the Highest****, and* ***fierce*** *with* ***grasped arms Clash'd*** *on thir sounding* ***Shields*** *the* ***din of war****,* ***Hurling*** *defiance toward the vault of Heav'n." "Arch Angel: but his face* ***Deep scars of Thunder*** *had intrencht, and care. Sat on his faded cheek, but under Browes. Of* ***dauntless courage****, and* ***considerate Pride****.* ***Waiting revenge****:* ***cruel*** *his eye, but cast Signs of remorse and* ***passion*** *to behold]."[27; 600 Book 1].* Також наявна когнітивна атрибутивна дихотомія: світлі ангели, добро – God, Love, Humbleness; темні ангели, зло – Devil, Pride, Passion.

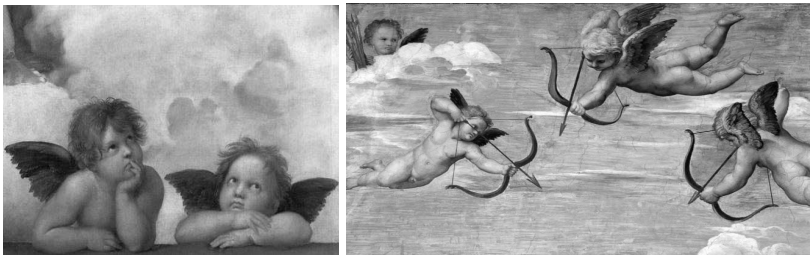
У рекламних кампаніях було відстежено лише один ролик із реперзентацію "warrior", що представляв книгу пастора Марка Бразі "Angels", що свідчить про те, що у медійному дискурсі,

зокрема у сегменті реклами наявний процес переходу її із ядра до перефрії концепту "ANGEL".

Тож в епоху Ренесансу відбувається етап когнітивного меланжування, дедалі під впливом звернення до античності ангел набуває рис прекрасного, досконалого Амура. Гуманістичні ідеї епохи Відрождення також додають у антропоморфні репрезентації концепту такі елементи як "музичність", "всебічна розвиненість" (рис. 11, а).

Згодом, у період барокко актуалізується подібність ангела та Купідона – пустотливого, грайливого хлопчика (рис. 11, б). У репрезентаціях концепту актуалізуються такі категорії як "легкість", "чистота", крила стають неодмінним атрибутом репрезентації концепту ANGEL.

*Then, **as an angel**, face, and **wings***
***Of air**, not pure as it, yet **pure**, doth wear,*
So thy love may be my love's sphere;
Just such disparity
*As is **'twixt air and angels' purity**,*
'Twixt women's love, and men's, will ever be.
Air and Angels John Donne (Songs and Sonnets, 1633) [18].



а **б**

Рис. 11: а – Рафаель Санті "Сикстинська Мадонна"(фрагмент), б – Рафаель Санті "Німфа Галатея" (фрагмент)

Репрезентацію янголятко-купидон, янголятко-дитина *("angel-cupid/angel-child"*), було виявлено у 6 рекламних кампаніях, а саме: *Earth-Mama; Tide angels; Angel soft, Mersedes guardian*

angel; Tamagotchi angels; H&R Block Commercial – Valentine's Day Cupid. Три з розглянутих кампаній базуються на категорії "child's purity" та стосуються продуктів гігієни (рис. 12–14). Репрезентація "дитина" залучається невипадково, адже як відзначає Г. Почепцов [6; С. 45, 47–73, 230.], чим інтимніший продукт, що рекламується, тим важливіше встановлення і підкреслення піклування, ніжності, комфорту, що він створює. За класифікацією продуктів продажу В. Паккарда, у розглянутих кампаніях наявний продаж емоційної безпеки та об'єктів любові [13].

Рис. 12. Реклама прального порошку Tide

Рис. 13. Реклама шампуню Earth-Mama

Рис. 14. Рекламатуалетного паперу Angel soft

Також наявна трансформована ренесансна музичність: серед інших атрибутів з'являються музичні інструменти, але здебільшого не грізні труби ангелів Апокаліпсису, а арфи, скрипки тощо. Також, подальше використання у рекламних роликах акапельного співу (частіше – хору хлопчиків) є прямим відлунням проведення богослужінь із залученням хору хлопчиків (який повинен був нагадувати про райський спів ангелів), зокрема у католицькій та англіканській конфесійних традиціях. Так, у розглянутих рекламних кампаніях елемент хору та акапельного співу використано у 4 випадках (Mercedez-Benz, Axe Excite, Angel Golden Fragrance, Red Bull).

Найбільших змін концепт ANGEL зазнає у Вікторіанську епоху – період не тільки утвердження сімей-них цінностей, а й преклоніння перед витонченою жіночністю. Тож ангели набувають рис прекрасних дівчат – субтильні, ніжні, вразливі, такі що сповненні жертовної християнської Любові.

Щодо сучасних варіацій превалює образ привабливої сексуальної дівчини з крилами (перегукується з ісламським розумінням "пері"), привабливої і спокусливої, такої що викликає бажання та пристрасть.

На основі матеріалу дослідження – 24 англомовних рекламних кампанії, у яких використовується апеляція до концепту Angel, – було визначено, що у сучасному рекламному просторі основним варіантом репрезентації концепту ANGEL є приваблива сексуальна дівчина ('sexy girl'). Зокрема, така репрезентація наявна у 8 рекламних кампаніях із розглянутих, а саме: *Victoria's secret: Earth Angel [36], Angel Gold Fragrance [35], Axe excite/ Lynx Excite* [22]*; Coke angel ad [16]; Crown Royal [17]; Peta [29]; Sokos; Reneault Megane [31].*

Другим варіантом за популярністю є янголятко-купидон, янголятко-дитина *("angel-cupid/angel-child"*), який зустрічається у 5 рекламних кампаніях, а *саме: Earth-Mama [20]; Tide angels [34]; Mercedes guardian angel [26]; Tamagotchi angels [33]; H&R Block Commercial – Valentine's Day Cupid [21].*

Таблиця 1

Когнітивні трансформації концепта ANGEL на основі культурних та релігійних традицій

	Репрезентації	**Атрибути**	**Характерні риси**
Антична міфологія	Eros	юнак з крилами	бог кохання, що з'явився з небуття одним із перших серед богів
	Cupid	юнак з крилами	син богині кохання Афродіти, пустотливий хлопчик
	Hermes	власник чарівних сандалей із крильцями / прудконогий (із гомілок ростуть крила)	вісник богів
	Nike	Крилата прекрасна богиня	богиня, вісниця волі богів
Іудаїзм	Mal'akh (מַלְאָךְ), – посланець – також – людина, відзначена Богом	–	посланець викликає священний трепет
	'elohim або bene 'elim дослівно "сини божі" – також – "священні/ божественні істоти"	–	мають власну волю, викликають священний трепет
	Cherub כְּרוּב,	священні крилаті небесні істоти	Пклоняються Престолу Божому, прославяють Його
	Seraphim שְׂרָפִים	священні шестикрилі небесні істоти	Предстоять Престолу Божому і прославляють Його

Закінчення табл. 1

	Репрезентації	Атрибути	Характерні риси
Християнство	Angels – давньогр. ἄγγελος – посланець. Seraphim, Cherubim Thrones/ Ophanim, Dominions/ Lordships, Virtues/Strong holds, Powers/ Authorities, Principalities/ Rulers Archangels, Angels (рис. 6, 8)	безтілесні добрі духи, "світлі духи", небесні сили, зображаються із крилами	підкорюються ангельській ієрархії, абсолютний послух Богу. Живуть в раю і на землі, допомагають людям і захищають їх, плекають у людях Добро
	St.Michael (рис. 8, 9, 10)	звитяжний крилатий воїн, має вогняний меч, зображається із крилами	Архангел, Архістратиг Небесного воїнства
	Demons	безтілесні злі духи, "темні духи", духи злоби піднебесної; живуть у пеклі і на землі; спокушають людей і шкодять їм; плекають у людях Зло зображаються із крилами кажана	Відпали від Добра, горді, ненавидять людський рід, підтримали Люцифера і підкорюються йому
Іслам	Angel *malāk* ملاك араб. – посланець (рис. 7)	створені із світла, крилаті істоти	Не мають особистої волі. Підкорюються ієрархії. Абсолютний послух Аллаху

Таблиця 2

Когнітивні трансформації концепта ANGEL на суспільних та історичних засадах

Період/ епоха	**Репрезен-тація**	**Атрибути**	**Характерні риси**
Серед-ньовіччя Період феода-льних воєн	Angel = God's Will Proclaimer Angel = Warrior, St.Michael Angel=Pat ron Saint	Wings – to underline their spiritual nature sward, shield, knight's armor, white wings	Evokes sacred fear, proclaims the Truth and Wisdom God's Will Proclaimer, Warrior, Guard, Defender, God's will proclaimer, zealous to protect the Good from the Evil
	Demon= Warrior	deep scars of thunder, knight armor, black wings, horns, tail, hoofs	Cruel, caragious, enormmously proud, passionate, full of hatered
Ренесанс	Angel+Eros	Strong "universal" personality Doom's Day Proclaimer (with a tube)	Resides in Havens. Proclaims the Doom's Day
Бароко	Angel+ Cupid	Lovely plumpy child-boy with wings, plays harp and other musical instruments	Pure child. Plays musical instuments, sings. "Angel choire". Sometimes plays tricks, smiles a lot.
Вікорі-анська епоха	Angel+ Nike	Good-looking girl-like creature with wings	Tender, lovely, pretty, young, has musical talents, good-looking, loving, caring, obedient and modest as an ideal Victorian woman Guardian angel (caring and tender as a Mother).

Серед розглянутих рекламних кампаній було виявлено кілька інших варіантів репрезентації концепту ANGEL. Один з них – "жителі раю" – всі вдягнуті у білий одяг, живуть у білому просторі, посеред хмаринок, мають крила *('the residents of Heavens' – everyone is dressed in white, living in a white-coloured space amongst the clouds, wearing wings*), така репрезентація зустрічається у рекламних кампаніях *Philadelphia Cream Cheese commercial (2001)* та *Hell and Heaven McDonald`s commercial.* Репрезентацію "охоронець" *('guardian')* було виявлено у рекламах *Mercedes Benz Angel commercial; Crown Royal)*. Компонент концепту ANGEL – "наставник, помічник" *('assistant')* визнано репрезентативно важливим у рекламних кампаніях *Angel Hotel Commercial; angel-plumbers*. Відносно новою є репрезентація "добре начало в людині" *('good part of personality')*, вона є наявною у рекламах *Get a Mac Angel/Devil; Jack in the box McDonald's commercial*).

Кожна з перелічених реклам актуалізує певну частину концепту ANGEL і сприяє його когнітивним модифікаціям розглянемо їх на прикладах.

Так, у рекламі *McDonald's Jack in the box (McDonald's: Джек із табакерки)*: ангел – добрий порадник у білому з крилами, локалізується на правому плечі людини, що протиставляється злому демону на лівому плечі людини – у червоному (просторова когнітивна метафора за Дж. Лакоффом) [11].

Jack in the box: A guy tries to steal from his roommate.

Angel: Really? Stealing your roommates' laundry money (stopping the evil).

Student: I'm starving and I only have a few bucks. (problem).

Angel: That's just all you need! I've just added four new thing to my value menu new chicken nuggets, junior Jack, value fries and a new drink! And right now it's all together for only 3,49! It's called Jack's value deal. ('solution' from angel).

Student (pointing to another shoulder): Hey, Isn't there supposed to be another guy? (no contrarguments even from the extremely opposite party).

Devil (shaving roommate's eyebrows): I'll be right there! I'm busy!

Втім, комунікаційна ситуація цього ролику є комплексною. Комуніканти: у ролику – Ангел *Angel*, Студент *Student*, Демон *Devil* (активні комуніканти), Сусід студента по кімнаті *Roommate* (пасивний комунікант – спить на дивані); насправді – компанія *McDonald's* та масова аудиторія (цільова аудиторія – студенти; люди, які заощаджують кошти). За моделлю В. Паккарда використовуються одразу кілька мотиваційних компонентів: продаж емоційної безпеки, самовдячності, почуття влади тощо [13].

Схожа модель наявна у рекламі *Mac Angel/Devil Get a Mac (Реклама Мак: Ангел і Демон: Обери Мак)*

MAC: Hello, I'm a Mac.

PC: And I'm a PC. What do you have there?

MAC: Oh, I was just looking at this photo book I made in iPhoto. Wanna see it?

PC: Sure, I'll take a look. Why not?

DEVIL (looks like PC, just wears red suit): Well, go on. Rip it in half.

ANGEL(looks like PC, just wears white suit): Nonsense. It's beautiful. Ask how he made it. (suggesting good)

DEVIL: You don't care about arts and crafts. You like work.

ANGEL: Wouldn't hurt you to loosen your neck tie once in a while and have a little fun.

DEVIL: Oh, fun? We tried that once and it was nothing but pain and frustration.

MAC: So, what do you – what do you think?

PC: It's good. [25].

Ангел – вже добрий порадник на плечі, а добре "я" у людині. Він наставляє діяти чесно і справедливо, візуальне представлення – у білому костюмі. Його комунікаційна стратегія – кооперація (він виражає схвалення – *It's beautiful;* пропонує передавати комунікативну ініціативу, підтримувати діалог *Ask how he made it.*) Ангел протиставляється Демону. Демон – ворожий, злий, він представляє зле "я" людини, вдягений у пекельно-червоний костюм. Його комунікативна стратегія – конфронтація (*Well, go on. Rip it in half*) підговорює діяти не по совісті, уникає комунікативної гнучкості, що може призвести до неадекватної оцінки ситуації (*You don't care about arts and crafts. You like work.).*

Обидва ролики показують, що злій стороні не лишається аргументів проти продукту, що рекламується і підтримується ангелом (аргумент авторитетності – appeal to authority) [3].

У рекламі *Coke 'Angel and Devil'* використовується ідея поступання цінностями заради отримання насолоди від продукту, що рекламується. Ангел – приваблива дівчина, зацікавлюється напоєм, який так подобається людям, злітає на землю і ціною безсмертя і ангельського статусу куштує напій Coke. Поруч опиняється молодий красень-юнак – колишній демон, який теж обрав долю смертного заради напою, що зрозуміло з їх діалогу: *"Angel: 'Are you from here?', Devil: 'I`m now.'"[16].*

Рекламна кампанія *New Axe Excite* проходила під загальним слоганом *"Even angels will fall"* [24], у якій ангели – недосяжні сексуальні красуні-дівчата різних рас, з німбом і величезними сильними крилами кремового кольору, що живуть на небі та є надзвичайно привабливими. Концепція реклами побудована на протиставленні, пересічного хлопця, який користується *New Axe Excite* і недосяжної красуні-ангела (для підкреслення використовується прийом *male gaze*, і "погляд понад натовпом" – до зустрічі з героєм ролику дівчата не зупиняють погляд ні на кому із натовпу, повільно граційно крокують вперед із високо піднятими головами і поглядом удалину, повністю ігноруючи людей, що зачаровано спостерігають за ними). За сутністю дівчина-янгол байдужа до земних спокус, втім, заради юнака, що використовує *New Axe Excite* готова зректися неба (в одному з роликів дівчата зривають з голів німби і розбивають їх об землю). Додатковий ефект справляє музичний трек *'Oh, sexy boy'* у виконанні французького дуету *Air*, що створював ефект "ангельського хору".

У іншому рекламному ролику цієї кампанії, *Lynx Excite* (назва *Axe* у регіоні Великобританії та Австралії) наявна дещо інша репрезентація концепту *Angel-girlfriend* (кохана дівчина-ангел) – комбінація традиційних "земних" елементів (зранку сушить крила феном, фарбує губи помадою, піклується про свого хлопця, годує його тощо), та небесних *'extraterrestrial'* – (має крила; несоціалізована; має німб тощо), що підкреслює виключну непересічність, неповторність, дівчини (красуня, дбайлива, ніжна,

дещо розгублена і від цього ще більш мила) а відтак, і її хлопця, який використовує відповідний дезодорант [23].

Піком рекламної кампанії у Великобританії стала акція на Victoria station впродовж якої будь-який бажаючий мав можливість на спеціальному майданчику "доторкнутися" до "дівчини-ангела" побачити своє та її відображення у спеціальному дзеркалі за допомогою технології "augmented reality" [22]. Така рекламна кампанія базувалася на утвердженні погляду на жінку як на сексуальний об'єкт (рис. 15).

Рис. 15

Подібна ідея покладена в основу вже згаданої у цій статті рекламної концепції відомого бренду білизни *"Victoria's secret"*. Його засновник Рой Реймонд, першопочатково створив компанію, у якій жіночу білизну могли б купувати і чоловіки. Така ідея з'явилась у Роя після того, як він хотів зробити подарунок – білизну для своєї дружини Вікторії, втім, у звичайному магазині, де здебільшого такі предмети купували жінки, його не змогли достойно обслужити. Отже, *Victoria's Secret* – найбільша американська компанія з продажу білизни створює рекламу привабливу для чоловіків, і таку, що виклакає почуття заздрощів у жінок. Крім того, високий рівень продукції та непомірно високі ціни за одиницю товару (аж до 15 млн доларів США), роблять бренд дуже успішним і статусно привабливим [35].

З 1998 року моделі, що рекламують продукцію Victoria's Secret стали виходити на подіум з крилами за плечима і отримали загальну назву *"Victoria's Secret Angels"*. Серед "ангелів" – відомі топ-моделі, зокрема – Міранда Керр, Алессандра Амбросіо, Адріана

Ліма та ін. Тема "ангелів" використовується у всіх рекламних роликах і кампаніях Victoria's secret. Зокрема у рекламі *Angel Gold Fragrance, слоган – "It's the fragrance that every angel wants, but its only for Victoria's secret",* для підтвердження статусу використовується аргумент меншості (appeal to minority) [3]. Апеляція до концепту ANGEL передбачає когнітивне перенесення означень та асоціацій з вербалізатора на продукт, ангельський – невимовно спокусливий, надзвичайний, ексклюзвний, неповторний, неземний, такий, що обіцяє небесну насолоду. Щодо історичного аспекту, слід відзначити наявнсть алюзії до вікторіанскої моделі концепту, де ангел – ідеал жіночності свого часу, але навідміну від вікторіанських чеснот скромності, піднесеності, любові до інших, тепер превалюють спокусливість, сексуальність, недосяжність, бажаність, гордість, самовпевненість (рис. 16).

Рис. 16

Ще більш виразний сексуальний контекст спостерігається при апелюванні до концепту ANGEL в рекламній кампанії за участю відомих особистостей організації *People for ethical treatment of animals* (PETA). На постері зі слоганом *Earn your wings don't wear fur. Fake, for anima's sake,* актриса, модель і співачка Імоген Балей у спідній білизні з крилами представляє ініціативу *PetaAsiaPacific*. У цьому слогані *angel* – міра досконалості, якої має прагнути кожен. На постері зі слоганом *Be an angel for animals. Always adopt never buy.* абсолютно оголена супермодель Джоанна Крупа в образі ангела: з німбом, білими крилами та великим хрестом, що закриває найінтимніші частини тіла [28]. На іншому постері пояснення концепції – та сама оголена модель із підписом *I'd rather go naked than*

wear fur [29]. За мотиваційною схемою В. Паккарда ця реклама побудована на продажі об'єктів любові.

Отже, у сучасній рекламі, було визначено та проаналізовано основні репрезентації концепту "ANGEL" а саме: *'sexy girl' "angel-cupid/angel-child", "the resident of Heavens", "Guardian", "Assistant", "Good part of personality"*. Було виявлено, що у різні періоди формування концепту, його наповнення здебільшого було обумовлене межами культурної традиції на релігійних (античність – антична міфологія, біблійні часи – іудаїзм, середньовіччя – християнство, іслам) чи суспільних засадах (ренесанс, барокко, вікторіанська епоха).

В розглянутих рекламних кампаніях вирізняються 6 основних категорій продуктів, що рекламуються із апеляцією до концепта ANGEL

Таблиця 3

	Категорія товарів	**Репрезентація**	**Особливі характеристики**
1	Статусні товари, предмети розкошу	Sexy girl	Unique, irresistible, exclusive extraterrestrial, unsurpassed, extraordinary product transfers its qualities to you (Victoria`s secret)
2	Засоби особистої гігієни		Makes you attractive for/as this sexy angel girl + sacrifice of immortality for the product ***Axe Excite, Lynx Excite:*** *Even angel will fall*
		Angel child	Makes/keeps you pure and soft, safe, secure, tender, lovely as an angel child ***Earth-mama;*** Everything is done and prepared by a huge trustworthy team just to secure your comfort. It's a reasonable choice. ***Angel soft:*** *These little angels build in softness and these little angels build in strength and that little angel says Whee! 60% more sheets than Charmin. Everything you want in a value you love. Angel Sof.*

3	Автомобілі	Angel Guardian	Keeps you safe as Guardian angel ***Mercedes-Benz:****Pre-safe. Passenger protection from Mercedes-Benz.* ***Volswagen Polo:*** *Built to protect.*
		Sexy girl	Attractive even for angels = makes you powerful and attractive (***Reneau Meganel; Lancia***)
4		Angel Guy	Sacrifice of wings for the car = better then angel wings (***Volkswagen Jetta***)
5	Продукти харчування	Sexy girl (ex-angel), sexy guy (ex-demon)	Angel/demon sacrifice of immortality= product for everyone = irresistible temptation = extremely superb product (***Coke***)
		Residents of Heaven	Even in Haven they eat it. Exquisite heavenly food (***Philadelphia Cream Cheese***)
		"Angel Guardian" Vs Jack-in-the-box	No arguments even from the party that always argues (Jack=Devil)= reasonable choice; Student humor (with angel-memes talking) = for youth esp. students (***McDonald's***)
6	Техніка та електроника	"good" and "evil" of a person	Support of authority (Angel-Self: reasonable, balanced, appreciates achievements of others). Extremely weak arguments from the party that always argues (Devil-self: emotional, jealous) (***Mac Vs PC***)
7	Установи та організації; благодійні програми	Sexy girl	Naked models = I`d rather be vulnerable myself than let animals suffer ***(PETA)***. Vulnerability = beauty that needs protection, YOUR protection *Be angel to animals. I'd rather be naked than wear fur*

Закінчення табл. 3

		Animated creature with wings of enormous speed	As fast, good-tempered, ready to help as an angel ***(Angel Hotel, Jerusalem)***
		Engineer-like angel, smoking a cigar, with wings and a halo	Quick cash offer as fantastic, as in heaven. We expect you. ***Car-Heaven Unwanted vehicle service:*** *Sky-high prices, tell them an angel sent you*
		Wings	As good as angels ***(Angel Plumbers)***
		Halo, white colour	As helpful as angel-savior (***IRS Angel (law firm)***) slogan: *Angels aren`t just in heaven*
		Only verbal	Oprah's Angel Network ***(Oprah Winfrey`s charity organization)***

Таблиця 4

Ключові характеристики	**GOD'S WILL PROCLIAMER**	**SEXY GIRL**
Аксіологічна домінанта	GOD	DEVIL
Стать	Male	Female
Емотивний резонанс у адресата	Fear	Attraction Desire
Основна чеснота	Humbleness	Pride

У сучасному комунікативному просторі за умов глобалізаційних процесів, меланжування культурних кодів та аксіологічних орієнтирів можна спостерігати нашарування колишніх компонентів концепту, що зумовлювалися релігійними та культурними традиціями із заміною семантичної домінанти від *"God's will proclaimer"* до *"sexy girl",* а отже когнітивною десакралізацією.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Аверинцев С. С.* София–Логос. Словарь. Второе, исправленное издание / С.С.Аверинцев. – К. : Дух і Літера, 2001. – 460 с.

2. Angelologia. Православное учение об Ангелах – Режим доступу до сайта: http://www.angelologia.ru/

3. *Белова А. Д.* Лингвистические аспекты аргументации (на материале современного английского языка): Дис... д-ра филол. наук: спец. 10.02.04 "Германские языки" / Киевский ун-т им. Тараса Шевченко / А. Д. Белова – К., 1998. – 443 с.

4. *Мечковская Н. Б.* Язык и религия: лекции по филоогии и истории религий./ Н. Б. Мечковская – М. : Фаир, 1998. – Режим доступу до матеріалу: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Linguist/Mechkov/23.php

5. *Пименова М. В.* Душа и дух: особенности концептуализации / М. В. Пименова – Кемерово: ИПК "Графика", 2004. – 386 с. – С.10.

6. *Почепцов Г. Г.* Теория коммуникации / Г.Г.Почепцов – К. : Рефл-бук, 2001. – 656 с. – С. 45, 47–73, 230.

7. Catholic online – Режим доступу до книги: http://www.catholic.org/bible /book.php?id=49

8. *Janson, H. W.* History of Art. // H.W. Janson, – 5th edn. Revised and expanded by Anthony F. Janson., – London: Thames & Hudson, pp. 157–158.– 1995, – ISBN 0500237018.

9. Jewish Concepts: Angels & Angelology (Електронний ресурс). – Режим доступу до матеріалу: http://www.jewishvirtuallibrary.org/jsource/Judaism/ angels.html

10. *Lakoff G., Johnson M.* Metaphors We Live By // G. Lakoff, M. Johnson, – Chicago; L.: The University of Chicago Press, 2003. – 193 p. – Режим доступу до книги: http://findebookee.com/m/metaphors-we-live-by-george-lakoff-and-mark-johnsonhttp: //www.theliterarylink.com/metaphors.html

11. Oxford Dicitonaries (Електронний ресурс). – Режим доступу до матеріалу: http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/angel?q=angel

12. *Packard, V.* The Hidden Persuaders/ V. Packard, – Longmans, Green – Режим доступу до книги: http://www.ditext.com/packard/toc.html

13. *Pope, Hugh*. "Angels" The Catholic Encyclopedia. Vol. 1. New York: Robert Appleton Company, 1907. – 2010. – Режим доступу до матеріалу: http://www.newadvent.org/cathen/01476d.htm

14. Aristophanes, Birds, lines 690–699. (Translation by Eugene O'Neill, Jr., Perseus Digital Library; translation modified

15. Coke TV Commercial Philippines (Angel and Devil) – HQ – Режим доступу до матеріалу: http://www.youtube.com/watch?v=YAaN3hD4q3w

16. Crown Royal Angel – Режим доступу до матеріалу: http://www.ispot.tv /ad/7dvz /crown-royal-guardian-angel

17. *Donne J.* Air and Angels/John Donne. – Songs and Sonnets, 1633. – Режим доступу до матеріалу: http://famouspoetsandpoems.com/poets/john_donne/poems/7877

18. Jacques Duchesne-Guillemin, Congrès International d&Etud. Études mithriaques: actes du 2e Congrès International, Téhéran, du 1er au 8 september 1975. BRILL, 1978. Retrieved 2012-04-08.

19. Lynx Excite Angel-girlfriend – Режим доступу до матеріалу : http://www.youtube. com/watch?v=3C7-v_R-r94

20. Earth mama – Режим доступу до матеріалу: http://earthmamaangelbaby .com/collections/angel-baby-products

21. H&R Block Commercial – Valentine's Day Cupid – Режим доступу до матеріалу: http://real.youtubegir.net/watch?v=_ZKIMQR7TOU.

22. Lynx Excite at Victoria`s Station – Режим доступу до матеріалу: http://www.youtube.com/watch?v=16nihYXCLSU
23. Lynx Excite TV Advert – Even Angels will fall – Full length HD – Режим доступу до матеріалу: http://www.youtube.com/watch?v=u9hrBiJX2uQ
24. Mac Angel/Devil Get a Mac – Режим доступу до матеріалу: http://www.youtube.com/watch?v=uz6H4hTO45I
25. Mercedes guardian angel – Режим доступу до матеріалу: http://www.youtube.com/watch?v=PnhPpbWOubs
26. Milton, J. Paradise Lost/ John Milton. – (2nd ed.), London: S. Simmons. – Режим доступу до матеріалу: http://www.paradiselost.org/
27. People for ethical treatment of animals (PETA). – Режим доступу до матеріалу: https://www.google.com.ua/search?q=peta+Joanna+krupa
28. People for ethical treatment of animals (PETA). – Режим доступу до матеріалу: http://www.peta.org/features/Joanna-Krupa-anti-fur-ads.aspx
29. Red Bull Angel Commercial. – Режим доступу до матеріалу: https://www.youtube.com/watch?v=Aw2CCf6EzWM
30. Renault Megane. – Режим доступу до матеріалу: http://shampi0nat.ru /manual-for-renault-megane-cabriolet/
31. Smith, William. Dictionary of Greek and Roman Biography and Mythology / William Smith Boston. – Little, Brown & Co., 1867. pp. 411–413. – Режим доступу до матеріалу: http http://www.picktorrent.com/download/99/2565217/william-smith---a-dictionary-of-greek-and-roman-biography-&-mythology-%5B-3-ebooks---pdf%5D/
32. Tamagotchi Angels Commercial. – Режим доступу до матеріалу: http://www.youtube.com/watch?v=G-dnRcAekBU
33. Tide Detergents. – Режим доступу до матеріалу: http://www.coloribus.com/adsarchive/outdoor/tide-detergents-angels-11563305/
34. Victoria's secret Angel Gold Fragrance Commercial. – Режим доступу до матеріалу: http://www.ispot.tv/ad/77To/victorias-secret-angel-gold-fragrance
35. Victoria's secret: Earth Angel. – Режим доступу до матеріалу: http://www.youtube.com/watch?v=RjiRCPslOBMhttp://www.youtube.com/watch?v=RjiRCPslOBM

Стаття надійшла до редакції 28.04.15

Ю. В. Крисальная, асп.
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

Коммуникативные репрезентации концепта ANGEL (на материале современной англоязычной рекламы*)*

В статье представлен компаративний обзор 24 англоязычных рекламних кампаний, содержащих апеляции к концепту ANGEL. Определены особенности представления данного концепта в современном коммуникативном пространстве. основные категории товаров. использующие в рекламных кампниях аппеляции к концепту ANGEL, предложена характеристика коммуникативних значений данных кампаний. Рассмотрены репрезентации концепта

ANGEL в культурно-исторической ретроспективе и определено влияние исторических когнитивных наслоений на современные его репрезентации.

Ключовые слова: *концепт ANGEL, религиозный концепт, десакрализация, вербализация, современный рекламный дискурс.*

I. Krysalna, PhD student
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

Communictive representation of the concept ANGEL (based on contemporary English commercials)

The article highlights the results of the research of 24 advertising campaigns that contain appeals to the concept ANGEL. Basic categories of goods that are advertised via appeals to the concept ANGEL and characterized. The description of communicative goals of these advertising campaigns is suggested. The representations of the concept ANGEL are studied in a brief cultural and historical overview; the influence of the historical pool of meanings and representations of the concept on its current representations are outlined.

Key words: *concept ANGEL, religious concept, desacralisation, verbalisation, contemporary commercial discourse.*

УДК 81'25=111=161.2:378.147

К. А. Кузьміна, канд. філол. наук, доц.
КНУ імені Тараса Шевченка (Київ)

НАВЧАННЯ ПЕРЕКЛАДУ: ОБМІН ДОСВІДОМ

У статті розглядаються питання володіння мовами і перекладу як шляхи до об'єднання людей і виявлення їх спільних рис. Обґрунтовується важливість урахування цього факту при навчанні перекладу. Пропонуються деякі приклади завдань, які можуть бути використані на заняттях з практики перекладу.

Ключові слова: *виявлення подібності, зближення людей, іноземний філолог і перекладач, студент.*

Не можна не погодитися з тим, що вивчення мов та процес перекладу надає можливість побачити усе розмаїття культур, відчути своєрідність традицій тих чи інших народів. Але водночас ми не повинні забувати, що знання мов і перекладацька діяльність сприяють розумінню того, що люди, де б вони не жили, в яких би

культурах не формувалися, подібні за своєю сутністю (та і, як відомо, сам переклад є можливим лише завдяки "однаковості" людського розвитку). Ми всі отримуємо ті самі життєві уроки, набуваємо того самого досвіду, маємо однакові причини для горя і радості. І навіть при порівнянні різних історичних епох можна побачити, що людська психологія мало змінилася. І мова з усіма її структурними та фразеологічними особливостями, приналежність до певної культури та національної традиції, так само як і освіта, виховання у певній сім'ї – це лише форма, за якою стоїть звичайна людина з усіма її слабкими і сильними сторонами.

Переклад вважається засобом порозуміння між культурами шляхом подолання мовного бар'єру, шляхом проникнення в іншого, проте не на загальнолюдському рівні (до чого всі ми маємо прагнути), а на рівні національностей, проникнення з метою ще раз переконатися в нашій "однаковості". Тому на заняттях з іноземних мов та перекладу викладачеві важливо не залишити ці питання поза увагою. У наш час сприйняттю вивчення мов як шляху до однаковості людей у першу чергу мають сприяти "стирання" кордонів, свобода пересування, охоплення світу інформаційною мережею, технічний прогрес. У ті часи, коли кордони були переважно закритими і країни у своїй більшості жили ізольовано одна від одної, можна було виправдати упередження, що існувала між різними національностями. Зараз, коли світ настільки звузився, що став ніби "на долоні", коли навіч можна ще і ще раз переконатися, що усі народи – це одна сім'я, є як ніколи доцільним використання інформаційних і технологічних набутків сучасної цивілізації, які так багато критикують, на благо.

На тлі вищенаведеного автору статті хотілося б поділитися своїм досвідом спілкування зі студентами та побудови занять з практики перекладу. Наразі студенти мають широкі можливості чути живу мову через Інтернет і телебачення, мобільний зв'язок, при безпосередньому спілкуванні з представниками різних країн під час мандрівок або під час навчання за кордоном. У наш час іноземну мову (особливо англійську) можна почути з вуст представників різних народів, і це має сприяти ще більшому зближенню людей.

Вважається, що сучасні студенти є більш практичними, ніж їхні попередники, і, можливо, так воно і є, проте вони дуже жи-

во й емоційно реагують на загальнолюдські проблеми. Тому для перекладу слід добирати не лише тексти відповідно до тенденцій сьогодення, а й загального характеру.

Так, на заняттях з перекладу було запропоновано тему про волонтерство, допомогу ближньому, на яку студенти дуже жваво зреагували. Зокрема, слід було затранскрибувати англійською, а потім перекласти українською мовою з наступним обговоренням англійською деяких відеороликів про діяльність волонтерів, представлених на Youtube. Привертання уваги до подібних проблем сприяє формуванню світосприйняття студента, а обговорення іноземною мовою розширює світогляд і сприяє подоланню мовного бар'єру, формуванню уміння доносити інформацію до іноземців.

Студенти також брали активну участь в обговоренні теми стосовно КаучСерфінґа (CouchSurfing)[2] і ділилися своїм досвідом у цьому виді культурного обміну. Все це свідчить про те, що наразі студенти живуть з урахуванням сучасних тенденцій, тому викладачам іноземних мов і перекладу слід зважати на це, цікавитись, чим сьогодні живе студент, які має інтереси, і відповідно до цього будувати методику навчання.

Автор також вважає, що текст для аудиторної і домашньої роботи обов'язково повинен виконувати виховну функцію: він має бути корисним з точки зору отримання нових знань про світ та життя людей і при цьому сприяти навчанню молодого покоління "вічного і доброго". Таким чином можна нейтралізувати сучасну тенденцію до вузької спрямованості і прискорених темпів життя, які заважають людству, зокрема молоді, заглибитись у суть предмета та краще зрозуміти життя. Так, студенти залюбки і дуже виразно читали й перекладали оповідання О. Генрі, а потім аналізували професійний переклад. Помічено, що навіть

[2] "КаучСерфінг" (англ. *CouchSurfing*, абревіатура: *CS*) – одна з найбільших всесвітніх мереж гостинності, реалізованих у вигляді онлайн-сервісу. Об'єднує більше 2 мільйонів людей в 238 країнах (станом на липень 2010). Учасники безкоштовно діляться один з одним місцем для ночівлі під час подорожей, організовують спільні подорожі та розвивають культурний взаємообмін [uk.wikipedia.org/wiki/КаучСерфінг].

студенти 2–3 курсів, які навчаються за спеціальністю "Мова та література (англійська) і переклад", гарно відчувають і аналізують художні тексти та їх переклади.

З іншого боку, іноземному філологу й перекладачу доводиться працювати з різними текстами і спілкуватися на різні теми, зокрема такими, які не є для нього близькими. Тоді на допомогу має прийти любов філолога-перекладача до слова, його талант приймати і поважати будь-який світогляд, будь-яку культуру і тематику, шляхом "розкриття" смислу різних мовних структур, а також моральні якості, які характеризують професію: терпіння, копіткість, зосередженість та ін. Формуванню останніх має сприяти переклад так званих "нудних" текстів.

Для перекладачів дуже важливими є вправи на переказ тексту, оскільки без розуміння того, що перекладаєш, процес перекладу є неможливим. Було помічено, що, переказуючи текст, студенти часто захоплюються деталями, через що може втрачатися основна суть повідомлення. Тому слід вимагати від них не тільки широкий переказ прочитаного, а й формулювання основної думки у 2–3 реченнях. Переказ можна здійснювати як усно, так і письмово, бажано з навідними питаннями. Для тренування пам'яті можна також запропонувати усний переклад 2–3 коротких повідомлень, з наступним переказом по черзі.

Ще однією вправою на тренування короткочасної пам'яті та навичок схоплювати суть прочитаного є переказ тексту по абзацах: студент читає абзац англійською мовою, а потім, не дивлячись у текст, переказує його [7, 282–292].

Загальновідомо, що філологу та перекладачу дуже важливо вміти працювати з текстом. За спогадами старшого покоління викладачів, з одним текстом студенти працювали протягом усього заняття. І в цьому є сенс, адже саме так формується скрупульозне ставлення до слова, до мовленнєвих зворотів, увага до мовної структури, формується необхідна для професії лінгвістична інтуїція, відчуття слова. Усі ці навички надалі мають застосовуватись у роботі з іншими текстами.

Студентам-філологам необхідно добре знати і відчувати культуру, історію, традиції, звички свого народу і народу, мову

якого вони вивчають. Саме так формується унікальне і тонке відчуття слова й інтонацій, за допомогою яких філолог-перекладач допомагає людям зблизитися, зрозуміти іншу культуру. Так, рівноапостольний Микола Японський, щоб проповідувати в Японії православну віру, робив усе, щоб не тільки вивчити японську мову, а й зрозуміти душу японського народу, вісім років витративши на вивчення історії, традицій, літератури Японії, буддистської духовної літератури. Зараз в Японії активно діє Православна церква зі 46 000 православними віруючими, але для цього знадобилася кропітка перекладацька праця та любов до людей Миколи Японського, який переклав Святе Письмо японською, та інших перекладачів. Праця їх була ускладнена тим, що в ті часи (кін. XIX ст.) Японія була ізольованою країною і до того ж з усталеними віруваннями та традиціями [6].

Проникненню в іншу культуру має сприяти також переклад народних казок. Автор пропонує перекладати та аналізувати переклад казок студентам другого курсу на перших заняттях, коли вони тільки починають вивчати практику перекладу. Особливо, на думку автора, казка гарно підходить для першого перекладацького аналізу, оскільки казки мають сталі мовні форми, а їх сюжет більшменш відомий студентові. При цьому бажано зробити акцент, що сюжети казок часто повторюються у різних народів [1].

Роботу з науковими текстами на заняттях з практики перекладу також бажано організовувати в ракурсі спадкоємності науки у різних країнах, що на рівні мови виявляється перш за все у термінологічних запозиченнях. Окрім того, слід звернути увагу на тісну співпрацю науковців різних країн. При цьому доцільно "розбавляти" роботу із складними науковими текстами певними науковими "цікавинками", спрямованими на розвиток ерудиції студентів. Адже філолог-перекладач є "передавачем" загальних знань, які зближують людей різних національностей. Працюючи із науковими текстами, важливо, щоб студент не просто перекладав терміни (які, до речі, можуть бути для нього незвичними і незрозумілими), а щоб він робив це свідомо, пов'язуючи форму

із змістом. Так, важливо не тільки перекласти *hedge funds* як *хеджеві фонди,* а й пояснити це поняття.

Однією із вправ для формування навичок роботи зі словом і, зокрема, перекладацьких навичок, є організація моделей наукових конференцій, де студентам пропонується вибрати галузь науки (екологія, біологія тощо) і в її межах зробити доповіді та їх переклади [2, 148]. Хотілося б зазначити, що студенти із зацікавленням відгукувалися на роботу з науковими текстами протягом усього семестру.

На заняттях з практики перекладу прийнято більше працювати з лексичними вправами, і це дійсно є цікавим, але не менш важливо приділяти увагу синтаксису. Адже саме нерозуміння студентом зв'язків між частинами речення призводить до нерозуміння тексту. На жаль, такому розумінню заважає незнання граматики. Для покращення розуміння студентами синтаксису можна використовувати граматичний порівняльний аналіз оригінального тексту і тексту перекладу або переклад речень з певними граматичними елементами із застосуванням відповідних трансформацій, які заздалегідь обговорюються.

Також автором помічено, що під час усного перекладу студентам важче перекладати текст з аудіозапису, ніж текст, прочитаний викладачем. Особливо це виявляється при стенографуванні запису: спостерігаються чималі смислові пропуски (хоча, звичайно, можна зважати і на різні недоліки техніки).

Оскільки в основі існування перекладу лежить принцип однаковості людської душі і людського розвитку, то, на думку автора, на заняттях з практики перекладу також важливо нагадувати студентам про мовні універсалії і про те, як ідея універсалій застосовується у перекладацькому процесі. Адже виявлення загальних фонологічних, граматичних, семантичних тотожностей у тексті оригіналу і тексті перекладу сприятиме покращенню якості перекладу. Автор вважає за доцільне розробити систему вправ на мовні універсалії саме для занять з перекладу [3–5].

Наведемо приблизний план заняття з практики перекладу для студентів 3-го курсу, присвяченого перекладу наукових текстів:

1. Перевірка домашнього письмового перекладу українською мовою наукового тексту "Anatomy" (підручник В.І. Карабана "Переклад англійської наукової і технічної літератури"), обговорення складних моментів та варіантів перекладу.

2. Усний послідовний переклад фрагменту науково-популярної книги Біла Брайсона "A Short History of Nearly Everything" з аудіозапису ("Коротка історія майже усього на світі").

3. Обговорення способів перекладу абревіатур.

4. Переклад невеликої статті з аркуша українською мовою "Climatologist: Nuclear Power Only Way To Curb Climate Disruption" ("Кліматолог: ядерна енергія – єдиний спосіб зупинити руйнування клімату").

5. Домашнє завдання: переклад англійських речень з абревіатурами українською мовою та переклад англійською мовою української анотації до статті з фізичної географії.

У перспективі, на думку автора, потрібно розробляти методику занять з перекладу так, щоб у наш стрімкий і практичний вік, зародити у студента любов до слова, виховувати знавця культури, історії, літератури, життя, психології людини, тобто справжнього філолога. Така підготовка студентів наразі стає все більше актуальною, оскільки знання іноземних мов стало масовою тенденцією. Студенти часто вступають до вишу з гарною мовною базою, що робить необхідним розмежування між людиною, яка володіє мовою на високому рівні, і філологом. Таке розмежування дозволить уникнути випадків вступу на філологічні факультети лише "заради диплома".

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Кузьміна К. А.* До проблеми збереження структурної цілісності народних казок на прикладі англо-українських та українсько-англійських синтаксичних трансформацій // Мова і культура [зб. наук. праць]. – К. : Видавничий Дім Дмитра Бураго, 2009. – Вип. 12. – Том V (130). – С. 313–319.

2. *Новикова Э. Ю.* Формирование профессиональных переводческих навыков методом инсценировок // Проблемы теории, практики и дидактики перевода: Сборник научных трудов (Серия "Язык. Культура. Коммуникация")

[зб. наук. праць]. – Нижний Новгород: НГЛУ им. Н.А. Добролюбова, 2013. – Вип. 16. – Том II. – С. 148–156.

3. Перевод и языковые универсалии [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://studopedia.org/1-21248.html

4. Универсалии // Лингвистический энциклопедический словарь [Електронний ресурс]. – Режим доступу: – http://tapemark.narod.ru/les/535c.html

5. Универсалии языковые // Энциклопедия "Кругосвет" [Електронний ресурс]. – Режим доступу: – http://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye_nauki/lingvistika/UNIVERSALII_YAZIKOVIE.html

6. Христианство и переводы Библии в Японии [Електронний ресурс]. – Режим доступу: – http://www.pravmir.ru/hristianstvo-i-perevodyi-biblii-v-yaponii/

7. *Черноватий Л. М.* Методика викладання перекладу як спеціальності: Підручник для студентів вищих закладів освіти за спеціальністю "Переклад. – Вінниця: Нова Книга, 2013. – С. 282–292.

Надійшло до редакції: 14.04.15

К. А. Кузьмина, канд. филол. наук, доц.
КНУ имени Тараса Шевченко (Киев)

Обучение переводу: обмен опытом

В статье рассматриваются вопросы владения языками и перевод как средства объединения людей и выявления их общих черт. Обусловливается важность учета этого факта при обучении переводу. Предлагаются некоторые примеры заданий, которые могут быть использованы на занятиях по практике перевода.

Ключевые слова: *обнаружение схожести, сближение людей, иностранный филолог и переводчик, студент.*

K. Kuzmina, PhD in Philology, associate professor
Taras Shevchenko University of Kyiv (Kyiv)

Teaching translation: sharing the experience

The article highlights the issues of command of languages and translation as a way of uniting people and revealing their common features. It also shows the importance of taking this fact into consideration in teaching translation and offers some examples of tasks that can be used during classes of Practical Translation.

Key words: *revealing the similarity, unity between people, foreign philologist and translator, student.*

УДК 811.161.1'221:159.942

Т. В. Кутузова, соиск.
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ КОНЦЕПТЫ И СПОСОБЫ ИХ ЯЗЫКОВОЙ ОБЪЕКТИВАЦИИ

Статья посвящена выявлению содержательных особенностей эмоциональных концептов, а также невербальных компонентов коммуникации как средства выражения эмоционально окрашенной речи. На основе лексикографических данных приведены примеры распределения мимико-жестовых реакций по степени их эмоциональной выразительности с учетом опыта топологического описания средств русской кинесической системы.

Ключевые слова: *эмоциональный концепт, эмоция, невербальная коммуникация, мимика, жесты.*

Эмоции, являясь психофизиологической реакцией на окружающую действительность, выполняя отражательную, регуляторную и когнитивную функции, остаются загадочным феноменом, влияющим на мыслительную, речевую, коммуникативную деятельность человека. Вслед за К. Изардом эмоция рассматривается как "нечто, что переживается как чувство (feeling), которое мотивирует, организует и направляет восприятие, мышление и действия" [Изард 2003 : 27]. Это сложный процесс, сочетающий в себе нейрофизиологический, нервно-мышечный и феноменологический аспекты [Изард 2003 : 56]. "Взаимодействие этих компонентов образует эмоцию […]; у человека выражение и переживание эмоции врожденно, общекультурально и универсально" [Изард 2003 : 70].

Концепт – это элемент когнитивной базы человека, маркированный этнокультурной спецификой, способный получать вербальное и невербальное выражение. Основой для эмоционального концепта служит универсальное понятие об эмоции, которая, являясь важной составляющей жизни человека, находит объективацию в языке. Н. А. Красавский отмечает, что "эмоциональный концепт – это не только понятие, не только

набор определенных когнитивных элементов, но и оценочные представления о самом понятии" [Красавский 2001 : 74]. Ученый определяет эмоциональный концепт как "этнически, культурно обусловленное, сложное структурно-смысловое, ментальное, как правило, лексически и/или фразеологически вербализованное образование, базирующееся на понятийной основе, включающее в себя помимо понятий образ, культурную ценность и функционально замещающее человеку в процессе рефлексии и коммуникации предметы (в широком смысле слова) мира, вызывающие пристрастное отношение к ним человека" [Красавский 2001: 73].

Существует разделение концептов на универсальные, этнические, групповые и индивидуальные [Лихачев 1994 : 284 – 285]. Достаточно трудно однозначно определить место эмоциональных концептов в этом перечне, поскольку в них есть черты как универсальности, так и этноспецифичности.

Универсальность эмоциональных концептов основывается на том, что "эмоции являются центральной частью жизни человека, которые и делают представителей разных этносов более или менее похожими друг на друга" [Шаховский 1996 : 87]. "Но та же самая центральная часть человека делает каждого из нас уникальными в силу индивидуального варьирования базовых и других эмоций" [Шаховский 1996 : 86]. Поэтому этническая маркированность эмоциональных концептов "предопределена индивидуальным эмоциональным трендом и национальным индексом данной культуры" [Шаховский 1996 : 86]. Она базируется на таких социокультурно-психологических факторах, как, например, особенности быта, стереотипы мышления, модели поведения. Универсальность эмоциональных концептов также может быть подчеркнута представленностью на лексическом и фразеологическом уровнях различных языков, но способы их вербализации являются специфическими.

Итак, эмоциональный концепт представляет собой культурно обусловленную ментальную единицу, выраженную вербальными и невербальными средствами, отражающую как общеуниверсальные, так и культурноспецифические представления об эмоциональном переживании в языковом сознании человека.

Успех речевого общения заключается в достижении своей цели инициатором коммуникации, а также согласия между собеседниками [Кушнир 2005 : 91]. Люди, как правило, склонны верить эмоциональному контексту, т. к. он помогает лучше понять реальное отношение. Ведь возможности знака естественного языка достаточно ограниченны, на что указывает несколько фактов. Во-первых, в связи с преимуществами перед знаками естественного языка постоянно разрабатываются новые и совершенствуются старые подъязыки наук [Горелов 1980 : 7]. Во-вторых, "мысль изреченная есть ложь": между возможностями вербального выражения и богатством оттенков конкретного восприятия существует несоответствие [Горелов 1980 : 8]. В-третьих, рассматриваемые как особые формы познания и отражения окружающей действительности сферы изобразительного искусства, музыки, балета обладают индивидуализированными семиотическими системами, которые не переводятся в код естественного языка [Горелов 1980 : 8]. Поэтому процесс общения включает в себя также невербальные средства передачи информации (жесты, мимику, интонацию, позы, дистанцированность от собеседника), что способствует наиболее полному раскрытию его выразительных возможностей. Через невербальный канал человек получает до 70 % информации. Такой высокий процент можно объяснить несколькими причинами: 1) невербальные сигналы устойчивы в первоначальной функции обеспечения общения и часто употребляются неосознанно; 2) они воспринимаются непосредственно, потому степень их воздействия достаточно высока; 3) самые тонкие оттенки отношения, оценки и эмоций могут быть переданы с помощью невербальных компонентов; 4) они способны передавать информацию, которую невозможно выразить словами [Василенко 2009 : 107].

Невербальный язык является естественным, первичным, правополушарным, отличается от вербального, для которого свойственны социальная и ситуативная обусловленности, линейная временная последовательность, пространственно-временная целостность [Николаева 2004 : 126–127]. Как отмечает Г. Е. Крейдлин, вербальный и невербальный знаковые коды являются интегральными частями коммуникативной интерактивной системы

[Крейдлин 2002: 69]. Между ними существует различная степень взаимодействия: 1) неречевое сообщение усиливает речевое (например, словесно выраженная неприязнь подчеркивается увеличением дистанции); 2) неречевое сообщение противоречит речевому (например, словесно выражается симпатия, но при этом брови сдвигаются, лоб морщится); 3) неречевое сообщение не согласуется с речевым (например, при обсуждении делового вопроса на невербальном уровне передается информация об эмоциональных отношениях с адресатом) [Василенко 2009 : 207]. По мнению Г.В. Колшанского, "языковая система сама по себе всегда достаточна для того, чтобы внутренними средствами выразить любое мыслительное содержание, включая чувства, волеизъявления и различного рода эмоции" [Колшанский 1974 : 7]. "Все сопровождающие речевой акт формы общения, включая, прежде всего, паралингвистические, являются факультативными. Языковое общение без этих форм вполне возможно, как возможно и полное развертывание в чистую языковую форму любого коммуникативного акта" [Колшанский 1974 : 77]. Данное утверждение было оспорено, и нам представляются верными замечания И.Н. Горелова о том, что если мысли Г. В. Колшанского верны, то почему паралингвистические компоненты сосуществуют с вербальными, а в речи не только обычного индивида, но и оратора или актера невербальные сигналы сохраняются? И. Н. Горелов пришел к выводу, что в кинесической структуре раньше, чем в слове объективируются отношения партнеров по коммуникации, репрезентируются их психические состояния и социальные роли [Кушнир 2005 : 146]. В. И. Шаховский считает, что первичная семиотическая система превосходит вторичную по надежности, а также силе выражения эмоций, точности их декодирования адресатом, поскольку семантическое пространство языка только частично покрывает окружающий мир. Через выражение глаз, мимику, жесты семантика в сфере эмоциональной коммуникации передается наиболее быстро и воспринимается наиболее адекватно [Шаховский 2001 : 14].

Центральным компонентом структуры невербальной коммуникации является кинесика, изучающая диапазон движений тела, жестов рук, ног, головы, воспринимаемых зрительно [Васи-

ленко 2009 : 208]. Среди жестов можно выделить ядерную часть – такие, которые стали устойчивыми, а также периферию – те, употребление которых встречается довольно редко и распознается нечетко. Жесты могут подразделяться на коммуникативные и некоммуникативные на основе двух областей значений: информации об окружающем мире и информации о состоянии жестикулирующего [Формановская 2007 : 366]. Коммуникативные жесты передают информацию адресату по воле адресанта. Некоммуникативные же являются физиологическими движениями. Следует отдельно отметить симптомы (покраснение, побледнение), которые указывают на психическое или эмоциональное состояние.

Еще одним важным компонентом невербальной коммуникации является мимика, представляющая собой движения мышц лица, выражение глаз, отражающие настроение адресата, отношение к собеседнику и содержанию изложенной информации, желание/нежелание начать и продолжать общение и т. д. [Василенко 2009 : 215]. Мимика может изменяться как осознанно (в зависимости от намерений говорящего и слушающего), так и спонтанно. Язык глаз (окулесику) выделяют из мимических знаков в связи с особым значением этого компонента. "Взгляд в русском общении выполняет большее количество разнообразных функций, чем в Европе, в русском коммуникативном поведении он несет большую коммуникативную нагрузку" [Прохоров 2006 : 143].

Особое место в мимических реакциях занимает улыбка. Она не только служит средством проявления симпатии и установления контакта, но и "программируется и успешно используется как средство намеренного воздействия" [Формановская 1989 : 123] для того, чтобы расположить к себе собеседника.

К невербальной системе коммуникации относят также проксемику, исследующую пространственное положение собеседников, фонации (интонационные и тембровые модуляции, громкость, скорость речи и т. д.), молчание как ролевую обязанность адресата [Хомская 2002 : 380].

В процессе исследования базовых (по К. Изарду) эмоций (радости, интереса, удивления, печали, гнева, отвращения, презрения, стыда, вины, страха), функционирующих в русском национально-языковом сознании в качестве эмоциональных концеп-

тов, особое внимание было уделено проявлению эмоциональной составляющей через невербальные маркеры, представленные соматическими речениями (термин В. Г. Костомарова). Материалом исследования послужило наиболее полное собрание русских мимико-жестовых средств (более 190 единиц) – лингвострановедческий словарь "Жесты и мимика в русской речи" [Акишина 1980]. Приведем некоторые примеры распределения анализируемых единиц по степени их выразительности с учетом опыта топологического описания средств русской кинесической системы. Так, ядерная часть способа выражения конкретной эмоции была сформирована на основе данных словаря (см.: *Указатель жестов по их значениям*). Иные проявления эмоций были отнесены к инвариантной периферийной зоне.

Анализ выборки подтверждает, что экспрессивный репертуар личности у представителей русской культуры, на наш взгляд, является достаточно широким. Из исследуемых десяти базовых (по К. Изарду) эмоций три (*печаль, стыд, вина*) характеризуются (несколько условно) внутренней направленностью переживания, а семь (*интерес, радость, удивление, гнев, отвращение, презрение, страх*) имеют большую степень внешней выраженности.

В русском коммуникативно-языковом сознании глаза, будучи "зеркалом души человека", являются средством выражения практически всех эмоций, но служат наиболее яркими индикаторами *интереса, удивления и презрения*. Например, ядерную зону эмоции *интереса* составляют такие мимические реакции и их варианты, как: *окинуть взглядом, не сводить взгляд с кого-то, бросить взгляд, поднять глаза на кого-то, посмотреть большими глазами, проводить взглядом*, периферийную – *обменяться взглядами с кем-то, мигнуть кому-то и т. д*. Глаза открыты, взгляд направлен прямо, что, например, не характерно для эмоции стыда. Особенности мимики существуют и при выражении *презрения*: *бросить взгляд свысока, сощурить глаза, покоситься в сторону, смерить взглядом с головы до ног* и т. д. *Удивление* подчеркивают такие мимические реакции, как: *поднять глаза вверх, закатить глаза под лоб, делать большие глаза* и т. д.

Мануальные жесты продуктивны в эмоции *гнева*. Топологические признаки этой группы составляют "рука", "кулак", "пальцы", "шея", характеризующие как рекрутируемую часть тела

(телесный орган), так и конечную точку траектории движения. Ядерную зону составляют такие жесты, как: *погрозить кулаком, сжать кулаки, стукнуть кулаком о кулак, погрозить [указательным] пальцем, всплеснуть руками, замахать руками, ударить себя по шее (рукой*) и т. д. Мануальные жесты также достаточно распространены при выражении интереса, но составляют (в основном) периферийную зону. С их помощью проявляется ободрение, доброе отношение коммуникантов друг к другу, которые, как нам представляется, непременно связаны с заинтересованностью как проявлением внимания: *взять за руку, взять руку в свои руки, задержать в своей руке чью-то рук, притянуть к себе за плечи, поманить рукой кого-то и т. д.*

Трудности интерпретации взаимосвязи жестов и эмоций связаны, главным образом, с семантической многозначностью многих кинесических проявлений эмоционального состояния, а также с контекстуальной обусловленностью их значения. Например, жесты *"втянуть голову в плечи"* в зависимости от ситуативного контекста, по данным того же словаря, могут выражать стыд и страх, *"схватиться за щеки"* – удивление и ужас, *"посмотреть большими глазами"* – радость и страх и т. д.

Итак, эмоциональная картина мира формируется в результате познавательной деятельности. Эмоции являются общей и характерной особенностью человека как биологического вида, но их набор, степень выраженности, представленности в лексиконе, глубина осмысления отличаются в разных лингвокультурах. Различный характер базовых эмоций в словесном и несловесном выражениях свидетельствует об их этнической значимости, эволюционной последовательности появления и соответствующего отражения в языке *(от врожденных эмоций, таких как страх, удовольствие, до социально обусловленных – например, презрения и стыда)*. Анализ проявлений эмоциональной составляющей в невербальной коммуникации с позиций топологического описания средств русской кинесической системы позволил еще раз подтвердить высокую степень эмоциональности носителей русского языка. Можно отметить, что наиболее эмоционально-выразительными частями тела являются лицо и руки, а наиболее значимыми – глаза, отражающие практически любую эмоцию.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. *Василенко Н. В.* Коммуникативная стратегия поощрения в русском речевом общении: дисс…канд. филолог. наук: 10.02.02 / Н. В. Василенко. – К., 2009. – 286 с.

2. *Горелов И. Н.* Невербальные компоненты коммуникации. – М. : Издательство "Наука", 1980. – 104 с.

3. *Изард К. Э.* Психология эмоций. – СПб, 2003. – 464 с. – Режим доступа к работе: http://elenakosilova.narod.ru/studia3/izard/izard.htm

4. *Колшанский Г. В.* Паралинвистика. – М. : Наука, 1974. – 256 с.

5. *Красавский Н. А.* Эмоциональные концепты в немецкой и русской лингвокультурах : Монография. – Волгоград : Перемена, 2001. – 495 с.

6. *Крейдлин Г. Е.* Невербальная семиотика: язык тела и естественный язык. – М.: Новое литературное обозрение, 2002. – 592 с.

7. *Кушнир Н. А.* Вербализация чувственных интенций в русской диалогической речи (на материале коммуникативной ситуации "Объяснение в любви") : дисс. ... канд. филолог. наук: 10.02.02 / Н.А. Кушнир; КНУТШ. – Киев, 2005. – 234 л.

8. *Лихачев Д. С.* Концептосфера русского языка // Известия Академии наук СССР. Серия литературы и языка. – М. : Наука, 1993. – Т. 52. № 1. – С. 3–8.

9. *Николаева Ж. В.* Основы теории коммуникации: Учебное пособие. Улан-Удэ : ВСГТУ, 2004. – 137 с.

10. *Прохоров Ю. Е.* Русские: коммуникативное поведение. Изд. 2. испр. и доп. / Ю. Е. Прохоров, И. А. Стернин. – М.: Флинта – Наука, 2006. – 277 с.

11. *Формановская Н. И.* Речевое взаимодействие: коммуникация и прагматика. – М.: Издательство "ИКАР", 2007. – 480 с.

12. *Формановская Н. И.* Речевой этикет и культура общения. М., 1989. – 159 с.

13. *Хомская Е. Д.* Нейропсихология эмоций: гипотезы и факты// Вопросы психологии. Вып. 4. 2002. – С. 50-62.

14. *Шаховский В. И.* Когнитивные ресурсы эмоциональной языковой личности // Языковая личность : проблемы когниции и коммуникации : Сборник научных трудов. – Волгоград : Колледж, 2001. – С. 11–16.

15. *Шаховский В. И.* Эмоциональные культурные концепты: параллели и контрасты / В. И. Шаховский // Языковая личность: культурные концепты: сб. науч. тр. Волгоград – Архангельск: Перемена, 1996. – С. 80–96.

Лексикографические источники:

16. *Акишина А. А., Кано Х., Акишина Т. Е.* Жесты и мимика в русской речи. Лингвострановедческий словарь. – М.: Русский Язык, 1980. – 144 с.

Стаття надійшла до редакції 27.04.15

Т. В. Кутузова, здобувач
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

Емоційні концепти та засоби їх мовної об'єктивації

Статтю присвячено виявленню змістових особливостей емоційних концептів, а також невербальних компонентів комунікації як засобу вираження емо-

ційно забарвленої мови. На основі лексикографічних даних наведено приклади розподілу міміко-жестових реакцій за ступенем їх емоційної виразності з урахуванням досвіду топологічного опису засобів російської кінесичної системи.

Ключові слова: *емоційний концепт, емоція, невербальна комунікація, мімі-ка, жести.*

T. Kutuzova, Candidate for a Cand. Phil. Sci.
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

Emotional concepts and non-verbal means of their objectivization

The article is devoted to the revealing of substantial features of emotional concepts and also non-verbal components of communication as a means of expressing the emotive speech. On the basis of lexicographical data examples of distribution between mimic and gestural reactions are given in degree of their emotional expression regarding the experience of a topological description of means of russian kinesic system.

Keywords: *emotional concept, emotion, non-verbal communication, facial expressions and gestures.*

УДК 811.14'02 : 82-84

О. В. Лазер-Паньків, канд. філол. наук, доц.
Р. Д. Маркина, студ.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ОСОБЛИВОСТІ МЕТАФОРИЧНОЇ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИХ ЗДІБНОСТЕЙ ЛЮДИНИ У ДАВНЬОГРЕЦЬКИХ ПАРЕМІЯХ

У статті представлено результати дослідження особливостей об'єктивації в давньогрецьких пареміях характеристик людини за рівнем її інтелектуального розвитку, а також різних проявів її інтелектуальної діяльності. Зокрема, аналізуються типи метафоричного перенесення, покладені в основу вторинної номінації у зазначених пареміях, а також їх структурно-семантичні характеристики та оцінно-ціннісна конотація.

Ключові слова: *давньогрецькі паремії, типи метафоричного перене-сення, вербалізація, структурно-семантичний аналіз.*

Фразеологізми будь-якої мови віддзеркалюють духовну та матеріальну культуру народу, характерні риси побуту, націона-льно-культурну самобутність. Усі прояви життя людини – її на-родження і смерть, особливості характеру, віку, зовнішності, розумової діяльності, професійні якості тощо знаходять відо-браження у фразеологічному корпусі мови.

Серед явищ, до осмислення та оцінки яких людина звертається регулярно, – власна інтелектуальна діяльність; найбільш повно вона набуває актуалізації саме у пареміологічному корпусі мови. Одним з найбільш продуктивних способів об'єктивації такого абстрактного поняття, як "інтелектуальні здібності людини" є метафора. Адже саме вона дозволяє зіставити складне та недоступне для безпосереднього споглядання чи відчуття поняття "інтелектуальні здібності" з чимось більш простим та знайомим.

У сучасній антропоцентричній парадигмі в мовознавстві аналіз особливостей метафоричної репрезентації інтелектуальних здібностей людини у давньогрецьких ФО набуває особливої *актуальності*, адже він дозволяє реконструювати мовну картину світу давніх еллінів, доповнити та розширити наші відомості про їх морально-етичні установки та ціннісні пріоритети.

Метою дослідження є аналіз особливостей метафоричної репрезентації інтелектуальних здібностей людини у давньогрецьких пареміях та їх емоційно-ціннісної конотації.

Об'єктом аналізу є давньогрецькі паремії, у яких об'єктивуються характеристики людини за рівнем її інтелектуального розвитку, а також різних проявів її інтелектуальної діяльності.

Предмет дослідження становлять типи метафоричного перенесення, покладені в основу вторинної номінації у зазначених пареміях, а також їх структурно-семантичні характеристики та емоційно-ціннісна конотація.

Матеріалом дослідження стали давньогрецькі ФО (230 одиниць), у яких інтелектуальні здібності людини та їх реалізація репрезентуються за допомогою метафори, зібрані методом суцільної вибірки з двотомного збірника давньогрецьких паремій Corpus paroemiographorum graecorum, з "Древнегреческо-русского словаря" Й. Х. Дворецького, "Большого толково-фразеологического словаря" М. І. Міхельсона та інтернет-джерел.

У сучасній психології існує досить багато різнопланових визначень понять "інтелект" та "інтелектуальні здібності людини". Однак, як зазначають П. І. Сидоров та А. В. Парняков, усі науковці визнають, що "однією з основних характеристик інтелекту є притаманний кожній людині рівень здатності користуватися мис-

леннєвими операціями" [Сидоров, Парняков]. У більшості праць поняття "інтелектуальні здібності" не зводиться до знань, умінь і навичок, а передбачає також їх швидке здобуття, закріплення і ефективне використання на практиці. З одного боку, це поняття визначають як "готовність до ефективного засвоєння різних знань і умінь" [Ставцева 2003, с. 252], "сукупність різноманітних психічних процесів і станів та високий рівень розвитку загальних і спеціальних знань, умінь і навичок" [Сидоров, Парняков]. З іншого боку – як здатність "адаптуватися до навколишнього середовища, до життєвих обставин" [Сидоров, Парняков], "певний рівень розвитку мисленнєвої діяльності особистості, що забезпечує можливість здобувати нові знання та ефективно їх використовувати в процесі життєдіяльності, здатності розуміння та осмислення" [Митин], "здійснення успішної інтелектуальної діяльності в конкретних ситуаціях з погляду правильності і швидкості перероблення інформації в умовах розв'язання завдань, оригінальності та різноманітності ідей, глибини і темпу научуваності, вираженості індивідуалізованих способів пізнання" [Палій].

Беручи до уваги зазначені визначення поняття "інтелектуальні здібності" та зважаючи на результати семантичного аналізу, ФО давньогрецької мови на позначення інтелектуальних здібностей людини можна поділити на дві основні групи: 1) група паремій, у яких вказується здатність людини мислити, характеризується рівень її інтелектуального розвитку та розумових здібностей (44 одиниць); 2) група паремій, у яких вербалізується реалізація, прояв інтелектуальних здібностей людини (186 одиниць).

Залежно від типу метафоричного перенесення, покладеного в основу вторинної номінації, на основі аналізу структурно-семантичних особливостей ФО на позначення інтелектуальних здібностей людини було виокремлено наступні групи паремій: паремії із метафоричним використанням прецедентних імен (імен відомих осіб та пересічних громадян, етнонімів, міфонімів, назв осіб за професією, родом діяльності чи соціальним статусом тощо), зоонімів (назв тварин, птахів та комах) та назв предметів (назв артефактів, предметів побуту, астрономічних та природних об'єктів).

До найбільшої групи (79 одиниць) належать вислови, у яких для вербалізації інтелектуальних здібностей людини та їх прояву використовуються прецедентні імена, що "мають 'термінологічне' значення і є символом певної характеристики" [Красных 2002, с. 86], адже вони відомі кожному елліну: їх вживання не вимагає додаткових пояснень, а викликає у свідомості реципієнтів стійкі асоціації. Це дозволяє вживати їх метафорично на позначення людей з таким самим рівнем інтелектуального розвитку, як і у носіїв прецедентних антропонімів. Серед них:

– імена відомих осіб та пересічних громадян – 32 одиниці: **Μαργείτης εἶναι** *бути Маргітом* (про нерозумних), Βίαντος Πριηνέως δίκη *суд Біанта з Прієни* (про мудрих та розсудливих);

– етноніми – 18 одиниць: **Καρπάτιος τὸν λαγών** *мешканець Карпатоса зайця* (про нерозумних та непередбачливих), **Αἰθίοπα λευκαίνειν** *відбілювати ефіопа* (про тих, хто виконує марну або неможливу роботу) тощо;

– міфоніми – 17 одиниць: **Ἄλλος Ἴανος** *другий Янус* (про передбачливих), **Ζεὺς ἄγονος** *безплідний Зевс* (про нерозумні балачки, адже Зевс мав дуже багато нащадків), **καθ' ἑαυτοῦ Βελλεροφόντης** *через себе самого Белерофонт* (про тих, хто через свою глупоту наражається на небезпеки) тощо;

– назви осіб за професією, родом діяльності чи соціальним статусом – 12 одиниць: **ἀγκῶνι ἀπομυσσόμενος** *який видуває носа в лікоть* (йдеться про звичку продавців риби, які вважалися не дуже розумними), **Ἄρτον οὐκ εἶχεν ὁ πτωχὸς καὶ τυρὸν ἠγόραζεν** *Бідний не мав хліба, а купив сиру* (про нерозумних, непередбачливих).

– у 4 пареміях цієї групи у якості прецедентного імені вживається загальна назва "<стара> жінка", репрезентуючи ґендерні стереотипні уявлення еллінів про особливості інтелектуального розвитку людини: **γραῦς χορεύει** *стара жінка танцює* (про людину, яка поводиться невідповідно місцю та своєму віку), **γραῶν ὕθλοι** *бабські балачки* (про беззмістовні розмови) тощо;

– у 14 ФО використовуються загальні назви людей залежно від їх фізичних чи моральних вад для метафоричної репрезентації низького рівня інтелектуального розвитку, що проявляється у виконанні неспівмірної, марної, неможливої, а відтак, нерозумної роботи: **τυφλῷ κάτοπτρον χαρίζειν** *дзеркало сліпому давати*, **φαλακρῷ κτένας δανείζειν** *позичати лисому гребінець*.

Лише 17 висловів цієї групи мають позитивну конотацію, актуалізуючи такі характеристики людини як розсудливість (**Τριτογενείας ἔφυ παῖς** *Народилася дитина Тритоніди,* **Ῥαμνούσιος εἶναι** *бути мешканцем Рамнунта*), життєву мудрість, здобуту завдяки досвіду (**Ὁ Σκιωναῖος κολυμβᾷ** *Скіонієць пірнає*, **Ἁλιεὺς πληγεὶς νοῦν ἔξει** *Рибалка, якого вкусили, буде розумним*) та вміння гарно висловлюватися, що було ознакою високого рівня інтелектуального розвитку (**Ἀττικὴ Μοῦσα** *аттична муза*). Натомість, решта паремій репрезентують негативні характеристики людини з огляду на рівень її інтелекту та особливості його прояву: **τυφλῷ διανεύειν καὶ κωφῷ ψιθυρίζειν** *подавати знаки сліпому та шепотіти глухому* та **ἐπὶ ψυχρὸν ἰπνὸν τοὺς ἄρτους ἐπιβάλλειν** *класти хліб у холодну піч* (про марну або безглузду роботу), **Τυδεὺς ἐκ συφορβίου** *Тидей зі зграї свиней* та **ἐν νηυσὶν τεθραμμένος** *вихований на кораблях* (про неосвічених), **Λύλλος εἶναι** *бути Лілом* та **Κιλίκιοι στρατηγοί** *килікійські полководці* (про нерозумних), **μῦθοι Καμαριναῖοι** *камаринські розповіді* (про пусті балачки) тощо.

Менш чисельною (77 одиниць) є група паремій, у яких образна репрезентація інтелектуальних здібностей людини відбувається на основі зоометафор. Серед паремій, у яких характеризується рівень розумових здібностей людини, засвідчено лише паремії з негативною конотацією: низький рівень інтелектуального розвитку людини вербалізується через метафоричне використання зоонімів "свиня" (**Βοιωτία ὗς** *беотійська свиня*), "бик" (**βοῦς Κύπριος** *кипрський бик*) та "осел" (**ὄνος τίς ὦτα κινῶν**

якийсь осел, що рухає вухами), що пов'язане зі стереотипними уявленнями давніх еллінів про розумові здібності цих тварин.

В основу паремій із зооморфною метафорою, які позначають реалізацію інтелекту людини та його прояв у життєвих ситуаціях, покладено реальні спостереження давніх греків за умовами проживання, поведінкою та звичками представників тваринного світу, птахів та комах. Причому, увагу мовців привертали не лише негативні, а й позитивні їх характеристики. Так, розумних та передбачливих людей греки порівнювали із журавлями (**αἱ γερανοὶ λίθους καταπεπωκυῖαι** *лелеки, що тримають в роті каміння*), людей, які стали розумними та хитрими завдяки життєвому досвіду, – зі <старою> мавпою або <старою> лисицею (**<Γέρων [Γραῦς]> Πίθηκος [Ἀλώπηξ] οὐχ ἁλίσκεται πάγῃ [βρόχῳ]** *<Стара> Мавпа [Лисиця] не ловиться пасткою [петлею]*), бездумних наслідувачів поведінки інших людей – з поліпом (**πολύποδος τρόπον** *поведінка поліпа*) або віслюком (**ὄνος τὰ Μελιταῖα** *осел мелітських цуциків <наслідує>*).

Варто зазначити, що лише 6 з 17 паремій, у яких об'єктивується реалізація інтелектуальних здібностей людини шляхом використання зоометафори, мають позитивну конотацію. Натомість, значно більша увага приділяється таким негативним проявам життя тварин, як безглузда поведінка (**κύων εἰς τὸν λίθον ἀγανακτοῦσα** *собака, що гавкає на камінь*, **αἰγὸς τρόπος** *поведінка кози*), перебування у невідповідному місці (**κύων ἐν ῥόδοις** *собака у трояндах,* **ὄνος εἰς Ἀθήνας** *осел у Афінах*), виконання невідповідної роботи (**ὄνος λύρας ἀκούων καὶ σάλπιγγος ὗς** *осел, який слухає ліру, і свиня – трубу*) або беззмістовна балаканина (**κρώζειν** *каркати*), що в проекції на людину метафорично репрезентує низький рівень її інтелектуального розвитку.

Особливу увагу слід звернути на те, що у великій кількості паремій для вторинної номінації використовується не сам зоонім: метафоризації зазнає дія, об'єктом якої постає тварина. У таких пареміях через вербалізацію марної, безглуздої, невідповідної або неможливої роботи, виконуваної над / з твариною, метафорично репрезентується прояв низького рівня розумових здібностей лю-

дини, наприклад: **καρκίνον ὀρθὰ βαδίζειν διδάσκειν** *навчати рака ходити прямо*, **τράγον ἀμέλγειν** *доїти козла,* **δελφῖνα νήχεσθαι διδάσκειν** *вчити дельфіна плавати* тощо.

Третю групу становлять паремії, в основу яких покладено метафоричне перенесення з донорської сфери "предмети" (артефакти, предмети побуту, астрономічні та природні об'єкти) (74 одиниці). Переважна більшість паремій цієї групи репрезентує прояв низького рівня інтелектуального розвитку людини у здійсненні нереальної, неможливої або марної роботи (61 одиниця, наприклад: **πυγμαῖα ἀκροθίνια κολοσσῷ ἐφαρμόζειν** *карликові плоди прикріпляти до колосса*, **γύργαθον φυσᾶν** *надувати кошик*, **εἰς ψάμμον σπείρειν** *сіяти на піску* тощо) або у мові (11 одиниць, наприклад: **Ἀρχύτου πλαταγή** *тарахкалка Архита*, **θύλακος λόγων** *словесний мішок*, **καπνός καὶ φλυαρία** *дим та нісенітниця* тощо), відповідно, всі вони мають негативну конотацію.

Проведений структурно-семантичний та кількісний аналіз особливостей метафоричної репрезентації інтелектуальних здібностей людини у давньогрецьких пареміях дозволяє зробити наступні висновки.

В якості "донорів" для метафоричної номінації інтелектуальних здібностей людини та їх прояву з однаковою частотністю вживаються прецедентні імена, зооніми та лексеми на позначення предметів (79, 77 та 74 одиниці відповідно).

Серед проаналізованих паремій лише у 19 % одиниць вербалізується здатність людини мислити, характеризується рівень її інтелектуального розвитку та розумових здібностей. Натомість, значно більша кількість ФО репрезентує реалізацію, прояв цих здібностей, що слугує яскравим підтвердженням висновку, здійсненого О. В. Лазер-Паньків на основі семантичного аналізу лексем-репрезентантів концепту ΣΟΦΟΣ: "давні елліни розумною вважали людину, яка не лише мала високий рівень розумових здібностей та інтелектуального розвитку (зокрема, і завдяки досвіду), що відображалося у способі її мислення, але й могла

знайти практичне застосування своєму розуму та відповідно поводилася у суспільстві" [Лазер-Паньків 2014, с. 41].

Серед давньогрецьких ФО на позначення інтелектуальних здібностей людини переважають вислови з негативним конотативним значенням (вони становлять 71,6 %). Паремії, що містять позитивну оцінку, становлять значно меншу кількість (15,6 %). На фразеологізми з нейтральним оціночним значенням припадає лише 12,8 %. За твердженням О. С. Поліщук, це явище є універсальним для всіх мов: "лексика й фразеологія, що вербально відображає прояви й міру людської дурості, завжди в мовах представлена більш широко: у мовній формі прагматично орієнтованих одиниць, як правило, відображається відхилення від норми, яке підлягає осуду" [Поліщук 2013, с. 89].

Серед негативно маркованих паремій давньогрецької мови на позначення інтелектуальних здібностей людини найбільшу групу (52,2 %) становлять ФО, у яких йдеться про неспроможність, неможливість реалізації певної дії. Поняття "можливість / неможливість" безпосередньо пов'язується з розумінням правильності, доцільності та корисності ще в античній філософії. Зокрема, Аристотель зазначає, що свідомий вибір не може бути пов'язаний з неможливим: ніхто при здоровому глузді не може сказати, що він обрав неможливе: прагнення неможливого трактується як глупота [Свавілля; Душина 2001, с. 173]. Саме тому, очевидно, усі паремії, у яких об'єктивується неможлива або марна робота, метафорично репрезентують низький рівень інтелектуальних здібностей людини і мають негативну конотацію.

Зображення невідповідності місцю та роботі, позбавлені розсудливості вчинки – один з найбільш поширених метафоричних засобів репрезентації низького рівня інтелектуальних здібностей людини з негативною оцінкою. Адже лише вміння поводитися розсудливо, відповідно до свого віку або статусу, ухвалювати своєчасні та відповідні рішення, на думку давніх греків, є свідченням високого рівня інтелектуального розвитку. Значна кількість паремій цієї групи вербалізує низький рівень інтелектуальних здібностей через зображення людини, яка порівнює непорівнюване або суміщає несумісне.

Негативну конотацію мають також ФО, у яких низький рівень інтелекту метафорично репрезентується шляхом об'єктивації нерозумного наслідування інших, відсутності власної думки.

Як свідчить кількісний аналіз досліджуваних паремій, для розумної людини досить важливим, на думку давніх еллінів, було вміння красиво та зрозуміло висловлюватись, адже **Λόγος εἰκὼν διανοίας** *Мова – відображення мислення*; оцінка прояву інтелектуальних здібностей у мові репрезентується у 9,1 % проаналізованих паремій.

Часто розумною вважалася людина саме завдяки досвіду та здобутим на практиці знанням та вмінням (що репрезентовано у 6,5 % паремій). Вони робили людину передбачливою, розсудливою та обережною; відтак, отримують позитивну оцінку з боку носіїв давньогрецької мови як репрезентанти високого рівня розумового розвитку людини.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Душина* С. А. Аристотелевский принцип умеренности и христианская этика невозможного / С. А. Душина // Религия и нравственность в секулярном мире. – СПб. : Санкт-Петербургское философское общество, 2002. – С. 171–174.

2. *Красных В. В.* Этнопсихолингвистика и лингвокультурология / В. В. Красных. – М. : Гнозис, 2002. – 284 с.

3. *Лазер-Паньків О. В.* Особливості лексичної репрезентації концепту ΣΟΦΟΣ у давньогрецькій мові / О. В. Лазер-Паньків // Studia linguistica : зб. наук. праць. – V. VIII. – К. : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2014. – с. 36–42.

4. *Митин А. Н.* Интеллектуальные способности и мышление личности [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://bmpravo.ru/show_stat.php?stat=293

5. *Палій А. А.* Диференціальна психологія [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://pidruchniki.com/16790422/psihologiya/tipi_intelektualnih_zdibnostey

6. Свавілля як проблема сучасної філософії [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://books.br.com.ua/34150.

7. *Сидоров П. И., Парняков А. В.* Введение в клиническую психологию [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://medbookaide.ru/books /fold1002 /book2105/p42.php

8. *Ставцева А. А.* Интеллектуальные способности человека как неотъемлемая составляющая языковой личности (к постановке проблемы) / А. А. Ставцева // Новые возможности общения : достижения лингвистики, технологи и методики преподования языков: материалы Всероссийской научно-методической конференции. – Иркутск, 2003. – С. 252–259.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. Bibliotheca augustana [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.hs-augsburg.de/~harsch/graeca/ Chronologia/S_post15/Apostolios/apo_pa01.html.

2. Corpus paroemiographorum graecorum / ed. E.L. a Leutsch, F. G. Schneidewin. – T. I-II. – Gottingae, 1839–1851. – 541 p., 866 p.

3. Index adagiorum Graecorum [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://jvpoll.home.xs4all.nl/back/Web/adaggr.htm.

4. *Дворецкий И. Х.* Древнегреческо-русский словарь : В 2 т. – М. : Гос. изд-во иностранных и национальных словарей, 1958. – 1904 с.

5. *Михельсон М. И.* Русская мысль и речь. Свое и чужое. Опыт русской фразеологии : сборник образных слов и иносказаний. – Т. 1-2. – СПб. : Тип. АН, 1896–1912. – 2208 с.

Стаття надійшла до редакції 27.04.15

О. В. Лазер-Панькив, канд. филол. наук, доц., **Р. Д. Маркина,** студ.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

Особенности метафорической репрезентации интеллектуальных способностей человека в древнегреческих паремиях

В статье представлены результаты исследования особенностей объективации в древнегреческих паремиях характеристик человека в соответствии с уровнем его интеллектуального развития, а также различных проявлений его интеллектуальной деятельности. В частности, анализируются типы метафорического переноса, ставшие основой вторичной номинации в данных паремиях, а также их структурно-семантические характеристики и оценочно-ценностная коннотация.

Ключевые слова: *древнегреческие паремии, типы метафорического переноса, вербализация, структурно-семантический анализ.*

O. Lazer-Pan'kiv, Cand.Phil.Sci., Associate Professor,
R. Markina, Student
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

Peculiarities of human intellectual abilities metaphoric representation in Ancient Greek proverbs

The article represents the results of study of human intellectual abilities (on the beneath of his intellectual development level) and different manifestations of his/her intellectual activity objectification in Ancient Greek proverbs. In particular different types of metaphoric transfer which became the base of secondary nomination, their structural and semantic characteristics and evaluative connotation are analyzed.

Keywords: *ancient Greek proverbs, types of metaphoric transfer, verbalization, structural and semantic analysis.*

УДК 811.124'06

П. В. Літевчук, магістрант
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка

ОНОМАТОПЕЯ У ЛАТИНСЬКІЙ, ФРАНЦУЗЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ МОВАХ (зіставний аспект)

Статтю присвячено зіставному аналізу звуконаслідувальної лексики латинської, французької та української мов. Запропоновано класифікацію ономатопеїчної лексики трьох мов на основі критерію джерела виникнення звуку. Вирізнено спільне та відмінне у звуковій організації звуконаслідувальних одиниць досліджуваних мов.

Ключові слова: *ономатопея, ономатопи, класифікація.*

Об'єктивною основою звуконаслідування у будь-якій із мов світу є позамовне звучання. В основі звуконаслідувань та їх похідних лежить наслідування людиною тих чи інших звуків живої та неживої природи. Власне тому є підстави вважати, що саме звуконаслідування були одними з перших слів, які постали у комунікативному обміні людей.

Незважаючи на наявність окремих наукових праць з ономатопеїчних утворень, виконаних на матеріалі латинської, французької та української мов, у зіставному плані це явище вивчено ще недостатньо.

Мета нашого дослідження полягає в аналізі лексики з ономатопеїчним компонентом, зіставному аналізі звуконаслідувальної лексики у латинській, французькій та українській мовах. **Об'єктом** є явище ономатопеї в латинській, французькій та українській мовах. **Предметом** нашого дослідження є спільне і відмінне у структурі й семантиці звуконаслідувальної лексики латинської, французької та української мов. **Матеріалом** слугували лексика, дібрана з латинсько-російського словника І. Х. Дворецького, французько-російського словника К. А. Ганшина, словника української мови Б. Д. Грінченка та ін.

База досліджуваної звуконаслідувальної лексики складає приблизно 300 одиниць латинської мови, 400 французької та 900 української.

Під звуконаслідуванням будемо розуміти акустичне уявлення про звуки навколишнього середовища, відтворене відповідними фонетичними засобами тієї чи тієї мови.

Синонімічним для **звуконаслідування**[3] є термін грецького походження ***ономатопея.*** Це звуконаслідувальні слова, що виникли на основі фонетичного уподібнення недискретному звукокомплексу. До звуконаслідувальних одиниць відносять і так звані звукосимволічні слова, у рамках яких виділяють ономатопи.

Утворення ономатопів (звукосимволічних одиниць) визначається двома основними факторами – *екстралінгвальним* або універсальним (що не залежить від конкретної мови, а є спільним для всіх мов) і *лінгвальним* (що проявляється різним чином залежно від конкретної мови).

Ономатопи є умовним і досить абстрактним відтворенням різноманітних звуків природи за допомогою елементів різних мовних систем. Ще з античних часів явище ономатопеї було предметом уваги не лише лінгвістів, а й філософів та психологів.

Одними з перших поняття про звуконаслідування розробляють стоїки, Демокрит (460 до н.е. – 370 до н.е.) та Платон (427 до н.е. – 347 до н.е.), які започаткували, по суті, ***звуконаслідувальну гіпотезу походження мови***. Її підтримували німецький філософ Готфрід Лейбніц (1646–1716) та німецький мовознавець Вільгельм фон Гумбольт (1767–1835). У XIX ст. її прихильником також став американський теоретик мови Вільям Уїтні (1827–1894). Макс Мюллер жартівливо назвав цю теорію "теорією "гав-гав"" [13].

Окремі проблеми явища ономатопеї у французькій мові досліджували такі сучасні науковці, як О.Ю. Кустова, Н.А. Катагощіна, О.Є. Корді, С.Ю. Мамушкина, Н. М. Лопатникові ті інші.

Явище ономатопеї в українській мові аналізують такі дослідники, як С.В. Воронін, О.П. Журавльов, В. В. Левицький, В.І. Кушнерик, Л.І. Мацько, О.В. Царук, І.Н. Горєлов, І.О. Голубовська та інші.

---

[3] Термін ***"звуконаслідування"*** вперше фіксує "Общий церковнославяно-российский словарь" П. Солова, але використовували цей термін ще автори перших російських граматик Н. І. Греч (1830), А. Х. Востоков (1831). XX століття характеризується введенням нових термінів для позначення цього явища: *мімема* (Н. І. Ашмарін, 1918), *імітатив* (Г. Є. Корнілов, 1978, 1984), *інтер'єктив* [4; 22].

Наразі досліджено різні аспекти явища звуконаслідування, проте зіставний аспект таких досліджень актуалізований ще недостатньо. Тому, спираючись на вже зроблене в цій галузі, ми на матеріалі латинської, французької та української мов, пропонуємо класифікацію звуконаслідувань на підставі критерію джерела виникнення звуку: ***людина, предмет, природні явища, тварини***.

Група **"Людина"** поділяється на дві підгрупи за умовами виникнення звуку:

1) емоційно-психологічний стан людини як умова виникнення звуку. Наприклад, латинське дієслово: **cachinnare** – гучно сміятися; французьке **chialer** – хникати; та українське – **хлипати**.

2) фізіологічний стан людини як умова виникнення звуку. Латинське дієслово **ronchare** – хропіти; французьке **hoquet (m)** – гикавка; українське – **пчихати** (чхати).

Крім того, звуки, джерелом яких виступає людина, можна класифікувати ***за частинами тіла, органами чи системою органів, які утворюють звук***. Однією з таких підгруп є **"звуки, які утворюються за допомогою мовленнєвого апарату людини"**. Наприклад, **balbare** – заїкатися; **zézayer** –сюсюкати; **блякати** – казати (нісенітниці).

До групи **"Людина як джерело виникнення звуку"** відносять і дитячу лексику, яка часто-густо має звуконаслідувальний, фонетично мотивований характер. Маючи прямий зв'язок між формою та змістом, мотивовані знаки легше засвоюються [5; 5–8].

У проаналізованих джерелах зафіксована невелика кількість звуконаслідувальної лексики дитячої мови, наприклад франц. **mimi (m)** – *котик* та укр. **дзеня** – *все, що дзвенить*.

Ю. О. Карпенко зазначає, що окрім звуконаслідування до окремого типу слів багато мовознавців також відносять і ***вигуки*** [2; 300–304].

Другою групою є **"Предмет як джерело виникнення звуку"**. Особливістю створення звуку предметами є те, що нежива істота не може бути самостійним джерелом звуку: необхідний його генератор.

Цю групу умовно можна класифікувати за видом фізичного стану, тобто ***рідкі тіла*** (наприклад, **булькати, bilbere, bouillir**) та ***тверді тіла*** (наприклад, брязкати – **tinnire**, фр. іменник **turlututu (m)** – флейта; укр. дієслово **хрумтіти**). Група ***газопо-***

дібних тіл не виділяється з тієї причини, що лексика на позначення звуків газу в опрацьованих джерелах не зафіксована.

Наступною групою є "**Природні явища як джерело виникнення звуку**". Лексика на позначення звуку, який зумовлюється природними явищами, є найменш численною. Наприклад, лат. **pluere** – дощити, франц. **crachiner** – моросити; такі дієслова, як укр. **гурчати, дзюрчати** або **джурчати** на позначення дзюрчання води.

Останньої групою є "**Тваринний світ як джерело виникнення звуку**".

Ця група умовно поділяється на звуконаслідування криків ***птахів, комах*** та ***тварин*****.**

1. ***Звуконаслідування криків птахів***. Серед слів, що позначають крики *птахів* можна виділити такі звуконаслідувальні слова, як лат. **crispire** та **glocire** – кудахкати; фр. **cacarder** – гоготати; українські **ґеґати, ґеґотати, ґелґотати, ґилькотіти, ґерґотати, джерґотати**.

2. *Звуконаслідування звуку комах.* Прикладом звуконаслідувальної лексики цієї підгрупи є лат. дієслово **bombilare (bombitare)** чи **bombire** – дзижчати (про бджіл); фр. **criocère (m)** – тріскачка; та укр. дзижчання – дзижчати, дзвізчати.

3. *Звуконаслідування крику тварин.* Наприклад, лат. **ululare** (вити), французьке **bégueter** або **bêler** – блеяти (про козу); укр. *воркотати, вурчати, мурчати, курникати.*

Проведений нами аналіз відібраної ономатопеїчної лексики дозволяє зробити такі висновки.

1. Незважаючи на відмінність фонетико-фонологічних систем латинської, французької та української мов, результати сенсорно-рецептивної концептуалізації дійсності різними мовами мають багато спільного, підпорядковуючись схожим фонетичним законам, що часто-густо призводить до появи акустично корелятивних звуконаслідувальних одиниць, наприклад – кування зозулі – лат. *сиси* – фр. *coucou* – укр. *ку-ку*.

2. Звуконаслідувальна лексика представлена досить широко в усіх трьох досліджуваних мовах, навіть за умов лакунарності свідчень щодо розмовної латинської мови.

3. Серед ономатопеїчної лексики в латинській мові найбільш поширеними є лексеми на позначення крику тварин. У францу-

зькій мові частіше за інші звуконаслідування зустрічаються ономатопеїчні лексеми на позначення звуків, що видає людина, а в українській мові – джерелом яких є предмети.

4. Система звуконаслідувальних дієслів на позначення дії чи звуку є настільки розвиненою в латинській мові порівняно з українською, що може викликати навіть деякі труднощі при перекладі.

5. Оскільки французька мова є однією з романських мов, яка сформувалася на основі народної латини, у латинській мові і французькій мовах наявна більша кількість схожих звуконаслідувань порівняно з українською.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Словник української мови: у 11 т. – Київ: Наукова думка, 1970–1980.

2. *Карпенко Ю.О.* Вступ до мовознавства – К. – Одеса, 1991.

3. *Воронин С. В.* Звукоподражание // Лингвистический энциклопедический словарь. – М. : Советская энциклопедия, 1990. – С. 165–166.

4. *Мацько Л. І.* Інтер'єктиви в українській мові // Українське мовознавство. – 1979. № 7. – с. 22.

5. *Ященко Л. А*. О детском языке – Основа. – 1861 – № 8. – С. 5–8.

6. *Ганич Д. І., Олійник І. С.* Російсько-український словник.

7. *Дворецький І. Х.* Латинсько-російський словник.

8. *Ганшин К. А*. Французько-російський словник.

9. *Лопатников Н. Н.* Лексикология современного французского языка. – Москва, 2001.

10. *Хохлов С. В.* Ономатопея как способ словообразования во французском языке: КФУ, Казань.

11. *Мацько Л. І.* Стилістичні функції звуконаслідувальних слів // Культура слова: Республ. міжвід. збірник. – Вип. 22. – С. 35–39.

12. *Гаценко Ірина Олександрівна*. Типологічні особливості звуконаслідувальних слів (на матеріалі української, російської та англійської мов) http://mydisser.com/en/catalog/view/22662.html.

13. Вступ до мовознавства – Кочерган М. П. – 1.3. Походження і розвиток мови http://westudents.com.ua/glavy/9711-13-pohodjennya-rozvitok-movi.html.

14. *Максименко С. Д.* Загальна психологія http://pidruchniki.com /11510513 /psihologiya/mova_movlennya.

15. *Ступаченко Ю. Ю.* Франкомовні вигуки: функціональний аспект. http://www.philology.kiev.ua/library/zagal/Movni_i_konceptualni_2012_42_2/236_242.pdf.

Стаття надійшла до редакції 27.04.15

П. В. Литевчук, магистрант
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

Ономатопея в латинском, французском и украинском языках (сопоставительный аспект)

Статья посвящена сопоставительному анализу звукоподражательной лексики латинского, французского и украинского языков. Предложена классификация ономатопеической лексики латинского, французского и украинского языков на основе критерия источника звука. Выделено общее и отличное в звуковой организации звукоподражаний исследованных языков.
Ключевые слова: *ономатопея, ономатопы, классификация.*

P. Litevchuk, Master Student
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

Onomatopoeia in the Latin, French and Ukrainian languages (comparative aspect)

The article is devoted to the contrastive analysis of onomatopoetic vocabulary of Latin, French and Ukrainian languages. The classification of onomatopoetic lexicon of Latin, French and Ukrainian languages is proposed on the base of the criterion of sound source. Common and specific features in onomatopoetic words' sound organization in three focus languages are pointed out.
Keywords: *onomatopoeia, onomathops, classification.*

УДК 81'255

Ю. Літковець, студ.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ҐЕНДЕРНІ ОСОБЛИВОСТІ НАЗВ ПОСАД І ПРОФЕСІЙ У ФРАНКО-УКРАЇНСЬКОМУ ПЕРЕКЛАДІ

У статті аналізуються ґендерні особливості французької мови та їх відтворення в українському перекладі, розглядаються основні способи фемінізації назв посад і професій у французькій та українських мовах, надаються приклади тенденцій вживання іменників жіночого роду на позначення професій і посад у засобах масової інформації.
Ключові слова: *артикль, ґендер, ґендерна лінгвістика, емансипація, мовний сексизм, суфіксальна деривація, узус, фемінізм, фемінізація, фемінітив.*

Дослідження ґендеру є досить актуальним напрямом, особливо сьогодні, адже проблема рівноправ'я чоловіка і жінки охопила всі сфери соціуму, та впливає на їх місце та роль суспільстві. Стать позначає біологічні особливості людини, а ґендер – це соціальна стать, що характеризує особистість з усіма її психологічними ти соціальними складовими.

Актуальність дослідження обумовлена поступовою фемінізацією французької та української мов та необхідності вирішення проблем відтворення фемінітивів у перекладі.

Метою дослідження є аналіз ґендерних аспектів французької мови, становлення та вербалізація феміністичних концептів та способи їх відтворення в українському перекладі

Емансипація жінок у Франції досягла свого апогею після Другої світової війни. Імпульс до проведення ґендерних досліджень у Франції дала французька письменниця Симона де Бовуар. В середині XX ст. у книзі "Друга стать" вона поставила проблему історично існуючого стереотипу ієрархії, влади чоловіка над жінкою та визнання суспільної дискримінації жінки насамперед через належність до своєї статі. Своїм знаменитим афоризмом "On ne nait pas femme, on le devient" ("Жінкою не народжуються, нею стають") вона поклала початок новій хвилі боротьби за рівність прав і свобод жінок у Франції в середині XX століття, відголос якої триває по сьогоднішній день [5,9]. Фемінізм – це наука, що займається розвитком, збільшенням та поширенням прав та ролі жінки у суспільстві, а також це суспільно-політичний рух, який веде боротьбу у цьому напрямку.

Ґендерна лінгвістика – відносно новий напрямок мовознавства, що вивчає ґендер у лінгвістичному прояві, його формування датується початком 90-х років XX століття. У вітчизняній лінгвістиці над ґендерною проблематикою працювали Кіріліна А.В., Нікольська В.О., Кузнецова А.И., Дячук Л.С., Максимова О.Б., Петренко О.Д.,. Синельникова Л.М., Шиліна А.Н., та ін. [1, с. 51–58]. Ґендерна проблематика в лінгвістиці розглядається в двох аспектах: 1) як чоловік та жінка зображені в лінгвістиці; 2) чи є відмінності у їхньому мовленні [1, 3]. Мовознавці зазначають, що у назвах занять чи професій мова часто ігнорує жінку. З'являється так званий "семантично негативний жіночий прос-

тір" у мові: коли жінки не обмежуються традиційними ролями (дружини/матері), їм залишається семантичний простір, "який уже зайняли чоловіки", і "у якому жінка залишається непоміченою" [3]. Мовний сексизм − вираження в мові тенденційних поглядів і переконань, які принижують, вилучають, недооцінюють та стереотипізують жінок за статевою ознакою.

У 1990 році Рада Європи прийняла рекомендацію про усунення сексизму з мовного вжитку, закликавши медіа користуватися вільною від сексизму мовою. 8 липня 1999 року у Франції під час Конгресу було затверджено Конституцією закон про рівність чоловіка та жінки у всіх сферах життя [6, 9]. Особливого значення проблема фемінізації посад у Франції набула з активним проходом жінок у політику. У цей час значно побільшало жінок на урядових та дипломатичних посадах, у сферах управління освіти і культури. Відповідно виникла соціальна потреба офіційно звертатись до посадових осіб жіночої статі.

Канада зробила значний внесок у розвиток фемінізму та демократії. У 1991 році вийшов перший довідник під назвою "La Féminisation des noms de métier et des fonctions" ("Фемінізація професій та посад"). У ньому були наведені приклади вживання професій у жіночому роді, ось деякі з них: *une ministre* (пані міністр), une *députée (*пані депутат), *une notaire* (нотаріус), *une peintre* (художниця), *une poète* (поетеса), *une consule* (пані консул), *une chirurgienne* (хірург), *une écrivaine* (письменниця), *une mannequin* (модель), *une gouverneure* (губернатор), *une ingénieure* (інженер або жінка інженер), *une professeure* (викладачка), *une rectrice* (ректорка), *une auteure* (авторка), *une docteure* (доктор(вчена ступінь)), *une sculpteure* (скульпторка), *une soldate* (солдат), *une matelot* (матрос), *une substitut* (заступник генерального прокурора), *une chargée de* (уповноважена з) [6, 7]

У зв'язку з тим, що жінки в Україні почали виходити на політичну арену значно пізніше, гостра потреба фемінізації назв посад та професій виникла нещодавно. Українській мові, як і французькій властиве вживання фемінітивів, адже у цієї групи мов розвинута система суфіксів для творення жіночих назв.

У більшості випадків у французькій мові іменники жіночого роду на позначення посад і професій можна утворити за загаль-

ним правилом: змінити артикль чоловічого роду на артикль жіночого роду та до іменника чоловічого роду додати закінчення –е, наприклад: *président (m) – présidente (f), principal (m) – principale (f), écrivain (m) – écrivaine(f), député (m) – députée (f)*. Фемінізувати назви посад і професій можна також морфологічним способом, наприклад, через суфіксальну деривацію: *ambassadeur (m) – ambassadrice (f), directeur (m) – directrice (f), huissier (m) – huissière (f), contrôleur (m) – contrôleuse (f), maître de conférence (m) – maîtresse de conférence (f), chercheur (m) – chercheuse (f), programmateur (m) – programmatrice (f), avocat (m) – avocate (f)* [4, 5, 6].

Українській мові також властиве утворення фемінізованих назв посад через суфіксальну деривацію. Суфікси : -к, -иц, -ин є історично закоріненими та продуктивними. Такі назви як *викладачка, дослідниця* та *письменниця* стали узусом в українській мові, іменник *адвокатеса*, хоч не є узусом, але це слово зазначене в словниках, з позначкою розмовне, а *програмістка, депутатка, контролерка* часто зустрічаються в мові ЗМІ. Однак, деякі аналогічні утворення мають здебільшого розмовний та пейоративний відтінок: *президент – президенша, посол – посолша, доцент – доцентка, директор – директриса (дирекорка* пейоративного відтінку немає, але вживається зазвичай в усній формі). Такі форми жіночого роду в українській мові неможливо використовувати в офіційному спілкуванні, але французькі словоформи є цілком придатними для використання в офіційному стилі, тому при перекладі українською виникає проблема їх відтворення.

Проте, не від усіх французьких іменників можна утворити жіночі словоформи за допомогою суфіксальної деривації. Це компенсується вживанням артиклів. Таким способом було утворено форму жіночого роду від іменника *le Ministre – la Ministre*. Не потрібно забувати, що раніше форма *Madame la Ministre* позначала жінку міністра, а *Madame l'Ambassadrice* – жінку посла. Освічені та дипломовані жінки не хотіли, щоб їх називали за професією їхніх чоловіків, вони вважали це принизливим. Було запропоновано багато прикладів утворення назв посад жіночого роду за допомогою артиклів:

un juge –une juge (пані суддя), un ingénieur – une ingénieur (пані інженер), un médecin – une médecin (лікарка), un chef de service – une chef de service (начальник відділу), un recteur – une recteur(ректор), un professeur – une professeur (викладачка).

Такі пропозиції французьких фемінізацій як une *chef de service*, *une recteur*, *une médecin, une ingénieur* поки не були внесені у словники, але вони активно вживаються в розмовній мові та засобами масової інформації [4].

Для деяких прикладів наразі не існує українського загальноприйнятного відповідника назві професії, адже в українській мові немає артиклів, що маркували б жіночий рід, тому у більшості випадків для позначення високих посад використовуємо слово "пані", що допомагає передати жіночий рід, наприклад: *пані консул, пані суддя, пані мер,* у інших – іменник чоловічого роду залишається незмінним: *начальник відділу, ректор.*

Іноді, щоб утворити фемінізовані назви посад французькою мовою потрібно додати іменник *femme (f) (жінка)* та змінити артикль чоловічого роду на жіночий: *une femme médecin, une femme maire, une femme consul, une femme chef.* У словниках Larousse і Hachette вже внесені такі слова як *la juge, la ministre, la sculptrice,* але все ж зазначається, що вони вживаються у розмовній мові, також вказано, що *l'écrivaine* та *l'auteure* вживаються офіційно лише у швейцарському та квебекському варіантах французької мови [3, 6, 8].

Проблема фемінізованих назв не є суто лінгвістичною, оскільки вона також пов'язана з перекладом. Саме тут виникають труднощі з узусами двох мов, що зумовлені різними культурними традиціями. В українській мові явище фемінізації чоловічих назв професій не простежується у такому масштабі, як у французькій. Вчені стверджують, що відсутність жіночого роду в багатьох іменників цієї категорії пояснюється не мовними факторами, а соціальними та історичними чинниками. Для цього потрібен час, він зможе визначити, які лексико-граматичні інновації стануть нормативними, а які вийдуть з ужитку. Найкращим матеріалом для дослідження будь-яких змін у мові є засоби масової інформації, адже цей сектор найшвидше реагує на ці мовні зміни.

Проаналізувавши статті з французьких періодичних видань "Le Monde", "Le Nouvel Observateur", "Le Figaro", " Le Point", "Libération", можна зробити висновок, що фемінізація назви посад та титулів вже давно є узусом у повсякденному житті.

Пропоную порівняти декілька прикладів ідентичних статей, французьких та українських ЗМІ:

– Une femme à la tête du Parlement grec. Zoé Konstantopoulou, *une avocate* de 38 ans, issue du parti Syriza est *une nouvelle présidente* du Parlement grec.

Представниця "СІРІЗИ", 38-річна *юристка,* Зої Константопулу стала *спікером* грецького парламенту.

– Croatie: une femme prend les rênes de *la présidence*. Kolinda Grabar-Kitarovic a pris ses fonctions ce dimanche. Elle est *la première femme présidente* de la Croatie.

Хорватія обрала *блондинку-дипломата президентом*. Новий президент Хорватії і перша в країні жінка на цій посаді, приступає до своїх обов'язків цієї неділі.

– Donc c'est une femme qui est *directrice d'un service technique.*

Ця жінка працює *керівником технічного відділу.*

– Samantha Cristoforetti. Le 23 novembre 2014, elle a rejoint l'ISS pour une mission de six mois. Elle est *capitaine dans l'Armée de l'air* italienne et totalise plus de 500 heures de vol sur les appareils militaires différents.

Саманта розпочала місію на станції 23 листопада 2014 року. Вона має *звання капітана* Італійської авіації та налітала понад 500 годин на різноманітних військових літаках.

– Emma Watson, en tant qu*'ambassadrice de bonne volonté* de l'ONU, a tenu un discours.

Емма Ватсон, *посол доброї волі* ООН, виступила з промовою.

– 1963 : Valentina, première femme dans l'espace. *Une seule cosmonaute* qui s'envolait seule pour une mission chaotique, elle reste la seule femme à avoir effectué un vol individuel.

50 років польоту Тєрєшкової. Тєрєшкова досі єдина *жінка-космонавт* у світі, яка здійснила одиночний політ у космос.

– Michaëlle Jean, une Canadienne d'origine haïtienne, est la première femme a être désignée comme *secrétaire générale* de l'Organisation Internationale de la Francophonie.

Генеральним секретарем Міжнародної організації франкофонії обрали канадійку Мішель Жеан.

– *La ministre de la justice*, Christiane Taubira, a évoqué un éventuel projet d'action de groupe s'appliquant à la lutte contre les discriminations sur le modèle de l'action de groupe aujourd'hui réservée aux consommateurs.

Міністр юстиції Франції Крістіан Тобіра готується представити у парламенті проект протидії дискримінації. Вона виступила із різким засудженням расизму і застерегла французів від руйнівної злоби, яка завдає великої шкоди республіці.

– *Christine Lagarde, directrice-générale* du FMI. Christine Lagarde est l'une des femmes les plus influentes au monde. Elle dirige le Fonds monétaire international

Голова МВФ Крістін Лаґард. Крістін Лаґард – одна з найвпливовіших жінок у світі, вона очолює Міжнародний Валютний Фонд.

– *La gouverneur de la banque* centrale d'Ukraine, Valeria Gontareva.

La patronne de la banque centrale, Valeria Gontareva.

La présidente de la Banque centrale, Valeria Gontareva.

La tête de la Banque nationale.

Голова Національного банку України, Валерія Гонтарєва

очільниця НБУ, Валерія Гонтарєва *[10, 11, 12, 13].*

Отже, можна зробити висновок, що Французькі ЗМІ вільніші у вживанні фемінітивів, у них простежується загальна тенденція утворення жіночого роду іменників, фемінізують майже всі назви посад і професій, не простежується пейоративний відтінок, або відхилення від норми, на відміну від української мови. В українських відповідниках майже у всіх випадках, жіночий рід замінений чоловічим, прийнято вважати, що назва чоловічого роду є авторитетнішою та компетентнішою.

Іноді нові фемінітиви навмисно маркуються стилістично. Наприклад, слова *депутатка, керівниця* можуть вживатись, щоб підкреслити негативне ставлення до жінки або виразити жартівливо-іронічний відтінок: *"Міністр розповів, що візьме собі у депутатки жінку."* Натомість позитивне або нейтральне ставлен-

ня виражають іменниками чоловічого роду: *"Адвокат відстоювала у судді права політичних арештантів"* [10].

Сьогодні в українській мові є ціла низка професій і посад, які продовжують називати формами чоловічого роду попри те, що жінки опановують різні професії і посідають високі посади. Доктор філологічних наук, професор Олександр Пономарів стверджує, що доцільно вживати жіночі відповідники назв професій в українській мові у повсякденному житті, адже мова постійно розвивається, і чим частіше будуть звучати такі назви, тим швидше вони стануть узусом і перестануть різати вухо, а створення та встановлення нових "рівноправних" мовних норм буде сприяти кращому взаєморозумінню під час комунікації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Кирилина А. В*. Развитие ґендерных исследований в лингвистике // Москва : Филологические науки. – 1998. – № 2. – с. 51–58.

2. *Саєнко С. Г.* Віддзеркалення сучасних ґендер них процесів у французькій мові Франції та Канади// Мовні і концептуальні країни світу. Збірник наукових праць.– випуск 11. Книга 2 // Київ : Видавничий Дім Дмитра Бугаро, 2004. – с. 296, 136–138 ст.

3. *Слінчук В. В* Соціальна типізація ґендер них стереотипів у мові ЗМІ // Київ : Наукові записки Інституту журналістики стаття 2004 с. 67–73.

4. *Чередниченко О. І* Про мову і переклад / [монографія] Чередниченко О. І. // К. : Либідь, 2007. – с. 248 ст. 83–89.

5. Anne-Marie Houdebine La féminisation des noms de métiers ou les femmes devant la langue // Bulletin du CRIF 1984 n° 5, p. 17–37.

6. Bernard Cerquigling, Centre National de la Recherche Scientifique Institute National de le langue francaise "Femme, j'écris ton nom" // France 1999 p. 108 Compose et imprime dans les ateliers de / 'UNESCO UNESCO 1999.

7. Elizabeth Dawes La féminisation des titres et fonctions dans la Francophonie : de la morphologie a l'idéologie // erudit. Ethnologies, vol. 25, n°2, 2003, p. 195–213.

8. LarousseLe Petit Larousse Illustré// – Paris, Larousse – 2010//1808p.

9. http://www.diplomatie.gouv.fr/.

10. Europe.Newsru.uahttp://europe.newsru.ua/

11. Europe.Newsru.frhttp://europe.newsru.fr/

12. LiveJournalhttp://www.livejournal.com.ua/.

13. Le Monde http://www.lemonde.fr.

Стаття надійшла до редакції 27.04.15

Ю. Литковец, студ.
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

Гендерные особенности названий должностей и профессий в франко-украинском переводе

В статье анализируются гендерные особенности французского языка и их перевод на украинский язык, рассматриваются основные способы феминизации названий должностей и профессий во французском и в украинском языках. Наводяться примеры тенденций употребления существительных женского рода для обозначения профессий и должностей в средствах массовой информации.

Ключевые слова: *артикль, гендер, гендерная лингвистика, эмансипация, языковой сексизм, суффиксальная деривация, узус, феминизм, феминизация, феминитив.*

Y. Litkovets, Stud.
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

Gender specifity of jobs and professions titles in French Ukrainian translation

The article analyzes the gender aspects of the French language and their consideration in translation into Ukrainian, outlines the main ways of feminization of job and professions titles in the French and Ukrainian languages, gives examples of usage of feminine nouns refered to occupations and posts in the media.

Keywords*: article, emancipation, feminism, feminization, feminine, gender, linguistics gender, sexism in linguistic, suffix derivation, usage.*

УДК 316.776.23:39:28-737

Д. Литовченко, магістрант
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка

ЕТНОКУЛЬТУРНА СТЕРЕОТИПІЗАЦІЇ МУСУЛЬМАН У МАНІПУЛЯТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЯХ АНГЛОМОВНИХ МАС-МЕДІА

У статті розглядаються аспекти етнокультурної стереотипізації мусульман у друкованих англомовних медіаматеріалах, досліджуються маніпулятивні технології використання та нав'язування антимусульманських поглядів читацькій аудиторії у медіадискурсі англомовного культурного середовища.

Ключові слова: *стереотипізація, етнокультурний стереотип, маніпулятивні технології, мусульманин, упередження, медіадискурс.*

Суттєве розширення кола лінгвістичних досліджень на початку XXI ст. призвело до появи нових напрямків аналізу різноманітних дискурсів, зокрема, медіадискурсу. Одним з таких напрямків є явище стереотипізації, яке донедавна досліджувалось в основному в рамках психології та нейрофізіології. Проте зараз стереотипізація є об'єктом вивчення таких лінгвістичних дисциплін, як комунікативна лінгвістика, психолінгвістика, аналіз тексту, аналіз дискурсу, лінгвокультурологія та багатьох інших.

У стереотипізації в англомовному середовищі особливе місце займає мусульманська тематика – представники західних культур, а надто американської, віднайшли в мусульманах образи "Чужих", "Інших" ("Other", "Them"), і активно використовують ці образи у медіадискурсі. Упередження щодо мусульман у мас-медіа мають ретельно спланований характер, тому можна стверджувати, що стереотипізація мусульман в американських друкованих медіаматеріалах містить у собі маніпулятивну складову. Саме маніпулятивний компонент нав'язування читачам антимусульманських стереотипів буде предметом дослідження цієї статті.

Актуальність дослідження визначається значною увагою представників різних лінгвістичних напрямків до етнокультурної складової мовних стереотипів, а також до їхнього маніпулятивного компоненту на тлі загострення протиріч між представниками різних культурних середовищ, які яскраво відображаються у медіадискурсі. Дослідженням стереотипів, які функціонують у різних видах дискурсу, й у медіадискурсі зокрема, займаються такі науковці, як А.Д. Бєлова, О.В. Дмитрук, Б. Горхем, Ю. Прохоров, Л. Киричук, Дж. Шонеман та ін. При цьому, поєднання вивчення стереотипних етнономінацій та їх маніпулятивного компоненту на матеріалах мас-медіа дозволяє відстежити нав'язані упереджені погляди англомовної читацької та журналістської аудиторії щодо інших етнічних, культурних чи релігійних груп, які вважаються "Чужими" для цього соціуму; відзначити прихований вплив таких номінацій на погляди "Своїх" та дослідити механізми утворення соціальних упереджень.

Мета дослідження полягає у вивченні маніпулятивних технік впливу мовних стереотипів, які зображають мусульман у медіаматеріалах американських друкованих видань, на читацьку ауди-

торію, а також на формування упередженого ставлення до представників ісламського світу. Матеріалом слугували статті з газет різних штатів США, які можна вважати "периферійними", для глибшого розуміння механізмів формування нетерпимості та стереотипів щодо мусульман у середньостатистичного американця.

Медіадискурс входить до кола інтересів багатьох наук, суміжних з лінгвістикою. Цей факт значною мірою пояснюється природою масової комунікації. Інтенсивному вивченню ЗМІ присвячені розділи таких наук, як соціологія, психологія, політологія, журналістика, теорія комунікації. У межах соціології дослідження спрямовані на виявлення ідеологічної сутності, соціальної функції масової комунікації, її значення для суспільства. Психологічний аспект вивчення ЗМІ пов'язаний з вивченням питань опосередкованого спілкування, особливостей сприйняття інформації, механізмів впливу на аудиторію, маніпулятивних стратегій, які застосовуються у мас-медіа.

Одним з пріоритетних підходів у вивченні медіадискурсу став когнітивний підхід: мас-медіа, завдяки функції посередника, яку вони виконують у суспільстві, не тільки відображають події реальної дійсності, а й інтерпретують їх. За допомогою властивостей медіаканалів, ідеологічних установок тієї інформації, яку передають мас-медіа, а також враховуючи культурну специфіку суспільства, створюється особлива – публіцистична – картина світу. Найважливішими поняттями на когнітивному рівні вивчення медіатекстів стають інформаційне суспільство, мовна картина світу, ідеологія і культура [1].

Характер дискурсу сучасних ЗМІ (медіадискурсу) значною мірою зумовлений такими зовнішніми чинниками, як істотне прискорення та глобалізація інформаційних потоків, наближення до джерел інформації і пов'язаних з ними комунікативних систем [2, 4]. Саме прискорений характер подачі та сприйняття медіаматеріалів істотно впливає на використання численних стереотипів у медіатекстах, оскільки стереотип – це "фрагмент концептуальної картини світу, стійке культурно-національне уявлення про предмет, особу, явище або ситуацію" [3, 26], який містить спрощену, категоризовану і часто упереджену інформацію про певний феномен. За допомогою стереотипів людині не

потрібно кожен раз наново сприймати та осмислювати предмети, події та явища – достатньо використати стереотипне уявлення про них, що значно спрощує, проте й примітивізує процес комунікації, взаємопроникнення культур та міжмовних зв'язків.

З-поміж інших видів стереотипів у текстах ЗМІ дуже часто використовуються етнічні стереотипи. У сучасних лінгвістичних дослідженнях етностереотип розглядається як "стандартне уявлення, властиве багатьом людям, які формують той чи інший етнос, про людей, що входять в інший або власний етнос" [4, 45]; етнічний стереотип – це лінгвокультурна модель, поширена у певному лінгвокультурному середовищі, яка фіксує уявлення цього середовища про певні групи (нації) – зокрема, загострюючи і спрощуючи деякі їхні риси – і дозволяє використовувати ці уявлення в дискурсі. Середовище сприймає етнокультурні стереотипи або як зразки, яким треба відповідати (позитивний етностереотип), або як сукупність найяскравіших негативних рис певного етносу, якого потрібно уникати (негативний етностереотип) [5, 108].

Мовні структури, що містять етностереотипи, здатні передавати як базову семантичну інформацію, так і прагматичну (оцінну, емоційну, конотативну, контекстуальну тощо); причому, остання часто постає домінантною у змістовій структурі стереотипу. Такий прагматичний потенціал стереотипних виразів зумовлений тим, що у процесі суспільної діяльності людини сформувалось її ціннісне ставлення до типових ситуацій. Оцінка, зафіксована досвідом, стає незмінним компонентом сприйняття [6, 197].

Мусульмани у західному світі сприймаються за такими ознаками, як зовнішній вигляд, релігійна та расова приналежність, а також традиції, яких вони притримуються. Стереотипні уявлення про мусульман мають у переважній більшості негативний характер, що пов'язано із ставленням до представників ісламської культури у західному світі як до інших, чужих, далеких, застарілих тощо [7, 32]. Такий підхід створив сприятливу атмосферу для виникнення антиісламських поглядів та стереотипів і їх повсякчасного використання у мас-медіа, особливо після подій 11 вересня 2001 року, коли всі мусульмани почали стереотипно сприйматись як терористи та радикали.

Прагматична складова етностереотипів щодо мусульман, за умови її вчасного використання у певній медійній ситуації, утворює широке поле для маніпуляцій уявленнями читацької аудиторії щодо представників ісламської культури. За умови використання стереотипів у медіаматеріалах, журналісти мають можливість нав'язувати оцінне ставлення до предмету повідомлення. При цьому їх важко звинуватити в упередженості чи суб'єктивності, оскільки вони декларують "загальновідомі" речі у вигляді стереотипізованих уявлень про "Чужу" суспільну групу, і лише згодом підкріплюють її власною думкою.

Аналіз мас-медійних матеріалів показав, що стереотипи виступають своєрідною основою для маніпуляції свідомістю, оскільки вони є спрощеною формою сприйняття інформації. Завдяки використанню стереотипів маніпулятор має змогу залучити соціально-культурні установки аудиторії. Прилаштовуючись до наявних стереотипів, маніпулятор розраховує на те, що інформацію, яку він подає, буде сприйнято беззастережно [8, 9].

Маніпуляція уявленнями американців щодо мусульман у медіасередовищі невпинно зростає ще з часів війни США у Перській затоці у 1991 р., коли мусульмани "завдяки" політиці уряду та журналістам почали ототожнюватись з образом ворога [9, 80]. У перші дні після трагедії 11 вересня ситуація з антимусульманськими настроями в американському суспільстві стала ще більш загостреною. Коли вежі-близнюки Всесвітнього торгового центру були підірвані, у медіаматеріалах одразу з'явились повідомлення, що у цьому злочині винні араби і мусульмани, що призвело до ототожнення цілої етнічної спільноти з декількома її представниками і створення нових негативних стереотипних уявлень про мусульман. Абсолютно мирна спільнота арабських і мусульманських американців, а також особи, "*looking like them*" стали жертвами упереджень та негативного ставлення через стереотипний образ мусульман і арабів як винуватців насильства, і як терористів [10, 27–29].

Журналісти друкованих ЗМІ маніпулюють суспільними уявленнями про мусульман, використовуючи декілька основних маніпулятивних технік, які передбачають формування або нав'язу-

вання етнічних стереотипів. Однією з них є техніка "навішування ярликів" (name calling, labelling). Вона полягає у виборі лексики з негативною конотацією для позначення певного явища, людини, ідеї тощо. Такі ярлики викликають емоційно негативне ставлення адресата, породжують неприємні асоціації, внаслідок чого в адресата формується негативне ставлення до явища, яке позначається за допомогою даної лексичної одиниці [8, 10]:

Wilcox knew life was going to change after Sept. 11, 2001, and it came about when she walked in public wearing her hijab. "I got a lot of dirty looks and snarls immediately right then. And I still get some now, and it just kind of depends," she said. "After 9/11, Muslims became terrorists and the worst people that lived in the world," she said [East Valley Tribune, November 30, 2014].

Бачимо, що у вищенаведеній статті чітко простежується стереотипний асоціативний ряд*: hijab – muslim – terrorist – social aggression*. Автор показує, як суспільство навішує ярлики на дівчину, яка просто притримується мусульманських традицій у повсякденному житті. І навіть незважаючи на позитивний характер цієї статті в цілому і прагнення показати "нормальність" мусульман, стаття завершується коментарем автора "*Let`s hope* ***they*** *won`t do it for America again*", який знову підштовхує читача до відокремлення "*Us" (Americans) and "Them" (Muslims)* і маніпулює його свідомістю, закріплюючи вищенаведений асоціативний ряд.

Ще однією популярною маніпулятивною технікою ЗМІ, які прагнуть нав'язати американцям негативне та вороже ставлення до мусульман, є техніка "червоної ганчірки" (red rag), коли певна номінація або власна назва експлуатується медіасередовищем як чистий образ ворога, і одразу викликає обурення і гнів стосовно чужої етнічної групи. У такому випадку вживаються номінації, добре відомі широкому загалу, які асоціюються з якомога більшою кількістю соціально неприйнятних явищ (вбивство, насилля, катування, викрадення тощо):

The London Daily Telegraph interviewed Abdel-Hakim al-Hasidi, leader of the rebellion in Libya. He admitted some of the rebels have ties to ***al-Qaida****, but not to worry. Hasidi claimed that even members of* ***al-Qaida*** *"are* ***patriot****s and good* ***Muslim****s, not* ***terrorist****s." Sure*

they are. We should take them at their word, even though they have been known to lie [Big Bug News, March 30, 2011].

Стаття містить неприхований сарказм автора, який відверто вороже висловлюється про мусульман. У даному випадку роль "червоної ганчірки" виконує назва ***al-Qaida*,** яка у середньостатистичного американця одразу викликає асоціації з трагедією 11 вересня 2001 р., терактами, безпосередньою загрозою його особистого життя. Згадка про терористичну організацію, ще й за таких умов, описаних у статті, маніпулює свідомістю читача, примушує його вважати, що "*members of* ***al-Qaida…*** *have been known to lie*", і обурюватись на всіх без винятку мусульман, з якими в нього асоціюється Аль-Каєда. У даному прикладі спостерігається також техніка "перенесення", коли поняття ***patriot*** у поєднанні з етноономінацією ***Muslim*** десакралізується і викликає негативні асоціації, пов'язані з тероризмом та джихадом. У такий спосіб медіапростір постійно підтримує агресію та ворожість щодо мусульман у американців, не дозволяючи їм побачити і позитивну сторону переважної більшості мусульман.

Іншою маніпулятивною тактикою, яка використовується англомовними ЗМІ в межах стратегії ухиляння від істини, є вживання неологізмів [8, 10]. Особливо важливими неологізмами, які маніпулюють свідомістю американців, є новоутворення, пов'язані з терористичними атаками 11 вересня 2001 р., війною в Іраку та боротьбою з Аль-Каєдою:

Recalling that ***black Tuesday****, an eye witness of that horrified morning said, "the hijackers intentionally piloted two of those planes, American Airlines Flight 11 and United Airlines Flight 175, into the North and South towers of the World Trade Center complex in New York City; both towers collapsed within two hours."... The United States responded to the attacks by launching the* ***War on Terror*** *and invading Afghanistan to depose the* ***Taliban****, which had harbored al-Qaeda* [News24, September 11, 2012].

У такий спосіб війна в Іраку, яка евфемістично позначається як ***War on Terror***, виправдовується боротьбою з тероризмом та притягненням "винних" у трагедії 11 вересня до відповідальності; ***black Tuesday***, який позначав день падіння Нью-Йоркської

біржі у 1929 році, переосмислився і став неологізмом для позначення трагедії 11 вересня 2001 р.

Однією з найпоширеніших та найвдаліших маніпулятивних технологій у ЗМІ є перекручування фактів, подання їх не об'єктивно, а у спосіб, вигідний замовнику статті або власнику видання. Стосовно подій, пов'язаних з мусульманами, перекручування фактів стає основною технологією утворення все більшої кількості антимусульманських стереотипів. Прикладом слугує заява Бен Ладена про причетність та відповідальність Аль-Каєди до терактів 11 вересня. Ось яка інформація містилась у всіх газетах та новинних агенціях 29 жовтня 2004 року:

Al-Qaeda leader Osama bin Laden appeared in a new message aired on an Arabic TV station Friday night, for the first time claiming direct responsibility for the 2001 attacks against the United States. The militant Islamic group decided "we should destroy towers in America" because "we are a free people... and we want to regain the freedom of our nation," said bin Laden, dressed in yellow and white robes and videotaped against a plain brown background… According to translators, bin Laden told American voters: "Your security is not in the hands of [Democratic presidential candidate John] Kerry or Bush or al-Qaeda. Your security is in your own hands [NY Times, October 29, 2004].

Бачимо, що напередодні президентських виборів у США Бен Ладен раптово робить 18-хвилинну заяву, у якій не просто бере на себе відповідальність за організацію терактів, але й несподівано дає поради американцям, як їм обирати Президента, коли ще хвилину тому він говорив про ніби "мотиви" звільнити власну націю від американців. ЗМІ, проте, подають інформацію так, що наприкінці статті кожен читач відчує справедливе обурення та жагу до помсти за вбивства безневинних людей. У такий спосіб новинні агенції та газети підготували американців до беззастережного прийняття війни в Іраку. Проте, вже у 2013 році незалежні журналісти заявляють, що жодних доказів, що підтверджують особу бен Ладена на відео заяві, в уряду США немає:

The idea that Osama bin Laden was responsible for the 9/11 attacks has been an article of faith for public officials and the mainstream media. Calling it an "article of faith" points to two features of this idea. On the one hand, no one in these circles publicly challenges this idea… On the other hand, no good evidence has ever been publicly presented to support it [Griffin, CBC News, May 29, 2013].

Проте, стереотип *article of faith* стосовно заяви лідера Аль-Каєди істотно не змінив ставлення американців до мусульман в цілому, навіть якщо деякі з них почали сумніватись у причетності Бен Ладена до теракту. Це свідчить про глибоке вкорінення негативних стереотипів щодо мусульман у свідомості американців, які продовжують нав'язуватись ЗМІ за допомогою маніпулятивних технологій.

Таким чином, уявлення про мусульман у медіадискурсі й у засобах масової інформації, як правило, зосереджені на тематиках тероризму або насильства й утворюють негативні стереотипи мусульман. Такі стереотипи нав'язуються читацькій аудиторії та підтримуються нею завдяки загальній атмосфері нетерпимості до мусульман та прихованим маніпулятивним технікам, якими користуються журналісти. Після трагедії 11 вересня 2001 року, араби і мусульмани все частіше представлені в якості потенційних "терористів". Оскільки таке зображення пов'язане з політикою США і геополітичною ситуацією, дуже важко побороти стереотипні антимусульманські уявлення, оскільки громадськість легко приймає стереотипи як реальність.

Перспективи дослідження полягають у вивченні таких питань, як політичне підґрунтя стереотипізації мусульман, позитивні стереотипи щодо мусульман у медіадискурсі, втілення етностереотипів у інших типах дискурсів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Нестерова Н. Г.* Современный медиадискурс: в поисках подхода к изучению // Актуальные процессы в социальной и массовой коммуникации, Центр теории и практики речевой коммуникации. – Материалы интернет-конференции 1 октября. 31 дек. 2009. – Ярославль, Ярославский гос. пед. ин-т им К. Д.Ушинского: http:yspu.org/images/

2. *Чередниченко О. І.* Англіцизми у французькому та українському медіадискурсі // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. – Іноземна Філологія. – № 39. – К., 2005. – С. 4–7.

3. *Прохоров Ю. Е.* Национальные социокультурные стереотипы речевого общения и их роль в обучении русскому языку иностранцев / Юрий Евгеньевич Прохоров. – 4-е изд., стер. – М. : КомКнига, 2006. – 224 с.

4. *Gorham, Bradley W.* Considerations of Media Effects: The Social Psychology of Stereotypes: Implications for Media Audiences. – ed. Houston, Akil D. Kendall / Hunt Publishing Company, 2010. – P. 43–49.

5. *Маслова В. А*. Культурная коннотация как экспонент культуры в языковом знаке / В. А. Маслова // Этносоциолингвистика: [Хрестоматия / Авт.-сост. Н. И. Коновалова]. – Екатеринбург, 2004. – С. 98–115.

6. *Киричук Л. М.* Прагмакогнітивні особливості стереотипізації як засоби маніпуляції у публіцистичному дискурсі: нук. Вісник Волинського нац. ун-ту ім. Лесі Українки, 2009. – С. 195–199.

7. *Schønemann J.* The Stereotyping of Muslims: An Analysis of The New York Times' and The Washington Times' Coverage of Veiling and the Muhammad Cartoon Controversy : Thesis… of MA Degree. – University of Oslo. – Spring, 2013. – 120 p.

8. *Дмитрук О. В.* Маніпулятивні стратегії в сучасній англомовній комунікації (на матеріалі текстів друкованих та Інтернет-видань 2000–2005 рр.): Автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.04 / О.В. Дмитрук; Київ. нац. ун-т ім. Т.Шевченка. – К., 2006. – 19 с.

9. *Haideh Moghissi, and Halleh, Ghorashi*. Muslim Diaspora in the West: Negotiating Gender, Home and Belonging. Surrey: Ashgate Publishing Limited, 2010. – P. 79–81.

10. *Merskin, Debra L.* Media, Minorities, and Meaning: a Critical Introduction. New York : Peter Lang, 2011. – P. 27–29.

Стаття надійшла до редакції 27.04.15

Д. Литовченко, магистрант
Киевский национальный университет им. Тараса Шевченко

Этнокультурная стереотипизация мусульман в манипулятивных технологиях англоязычных масс-медиа

В статье рассматриваются процессы этнокультурной стереотипизации мусульман в печатных англоязычных медиаматериалах, исследуются манипулятивные технологии использования и навязывания антимусульманских взглядов читательской аудитории в медиадискурсе англоязычной культурной среды.

Ключевые слова: *стереотипизация, этнокультурный стереотип, манипулятивные технологии, мусульманин, предубеждения, медиадискурс.*

D. Lytovchenko, postgraduate
Taras Shevchenko National University of Kyiv

Ethnocultural stereotipization of muslims within manipulative technologies of English-speaking mass-media

The article reviews the process of ethno-cultural stereotyping of Muslims in the printed English media and investigates manipulative technologies of imposing anti-Muslim views onto the readership in mass media discourse of the English cultural environment.

Keywords: *stereotyping, ethno-cultural stereotype, manipulative technologies, Muslim, bias, media discourse.*
УДК 811.14'06

Т. В. Любченко, канд. філол. наук, доц.
Київський національний лінгвістичний університет

ТИПОЛОГІЯ ПЕРФЕКТА У НОВОГРЕЦЬКІЙ МОВІ

У статті розглянуто формальну та семантичну структуру перфекта у новогрецькій мові. Визначено, що у традиційних граматиках перфект трактують як одну із форм категорії часу. У сучасних дослідженнях наголошено на тому, що перфект поєднує семантику як аспектуальних, так і таксисних грамем. На відміну від аориста, з яким контекстуально корелює перфект у новогрецькій мові, це форма, яка виражає факт, що результат дії у минулому є актуальним у теперішньому.

Ключові слова: *форма, семантика, перфект, новогрецька мова, час, аспектуальність*

Перфект властивий приблизно половині мов світу і формально представлений у більшості випадків аналітичною конструкцією (за винятком мови етноса Нігер-конго (Нігеро-конголезькі мови) [Dahl 1985, 19]. Перфект – це форма, яка виражає факт, що результат дії у минулому є актуальним у теперішньому. Цю семантику форми термінологічно визначено як "current relevance", новогрецькою "τρέχουσα συνάφεια" [Мόζερ 2003, 3]. У типологічних дослідженнях перфект трактують як кластер граматичних значень [Dahl 1985, Плунгян 2012], який означає релевантність попередньої ситуації для момента мовлення ("пункта відліку"). Можливість вибору пріоритету плану теперішнього, або плану

майбутнього обумовлює варіативність вживання форм перфекта і аориста у новогрецькій мові:

– *Γιατί κλαίει*;

– *Έκοψε το χέρι του* [Мόζερ 2003, 2].

Формально перфект новогрецької мови відносять до групи так званих "складених завершених" (*τετελεσμένοι χρόνοι*) часів: παρακείμενος– *минулий результативний*, υπερσυντέλικος– *давноминулий час*, τετελεσμένος μέλλοντας– *складений майбутній*. Ці форми мають аналітичну структуру, що поєднує допоміжне дієслово έχω *(мати),* яке змінюється відповідно у теперішньому, минулому та майбутньому часі, та форму *απαρέμφατο (μη παρεμφατικό)*, яка відповідає так званій "залежній" формі дієслова (це форма, що не вживається окремо, тільки у сполученні з частками θα, μη(ν), να, ας у третій особі однини) [Holton 1998, 112–114].

Перфект новогрецької мови трактують як:

1) часову форму, що поєднує два плани (минуле і теперішнє) [Τζάρτζανος 1946, 277; Τριανταφυλλίδης 1978, 310];

2) як одну із форм перфектива [Μπαμπινιώτης, 1967, 148];

3) як третій незалежний компонент аспектуально-темпорального домену [Brian D 1987; Mackridge 1985; Mirambel 1988];

4) як прагматичну категорію [Veloudis1994].

Форму перфекта у новогрецькій мові найчастіше вживають у розмовному мовленні [Mackridge 1985].

Діахронічно форми перфекта пов'язано із результативом та простим перфективним минулим (аористом). Результатив – це форма, яка означає наявність результату дії у момент мовлення [детально про результатив див. : Типология 1983]. Перфект утворено із результатива, а перфективне минуле із перфекта. Етапи розвитку відповідних форм дієслова такі: позначення стану – статальний перфект – акціональний перфект – неперфектний претерит. [Маслов 1984/2004, 54–55]. В. О. Плунгян уважає, що перфект віддзеркалює еволюцію результативу у перфект саме поєднанням у грамемі аспектуальної і таксисно-часової семантики. Але на відміну від результативу, перфект означає не актуальний стан, а певну попередню ситуацію, наслідки якої (не обов'язково – результат) існують у теперішньому

часі. Дослідник дає метафоричне визначення перфекта: "…в цілому перфект можна охарактеризувати як "послаблений результатив", який описує не визначений, лексикографічно детермінований стан, який виник в результаті завершення дії, а будь-який результат ситуації, релевантний у наступному моменті (як правило це момент мовлення) – так би мовити, будь-яке "відлуння" попередньої ситуації, якщо це "відлуння" продовжує звучати у той момент, коли мовець описує ситуацію" [Плунгян 2012, 299]. Як результативи у новогрецькій мові, слідом за А. Псалту-Джойси, трактуємо конструкції: *το έχω γραμμένο, είμαι γραμμένη* [Ψάλτου – Joycey 1991, 5].

У функціонально-семантичній граматиці перфектність трактують як семантичну категорію у сфері аспектуальності. Перфектність характеризує часова двоїстість. Це пов'язано із тим, що одна предикативна одиниця поєднує причинно-наслідковим зв'язком два часових плани – той, що передує події і план теперішнього [ТФГ 2013, 195].

Існують такі думки щодо звяз'ку перфекта та поля перфектності з іншими категоріями:

1. Перфектність перетинається із дейктичною темпоральністю, оскільки план, що передує події, зорієнтовано у часі, статальністю (що позначає стани і відношення), акціональністю [ТФГ 2013, 195, 196]. Визначити, до якого поля належить формальна структура перфекта, можливо тільки на рівні висловлювання, іноді – на рівні тексту.

2. На відміну від таксису перфектність містить інформацію про два етапи розвитку тієї самої ситуації [ТФГ 2013, 196].

3. Перфект поєднує властивості як аспектуальних, так і таксисних грамем [Плунгян 2012, 299].

Визначено такі типи перфекта:

1) Ю. С. Маслов розрізняв:

- ✓ статальну перфектність – це стан, який є результатом дії;
- ✓ акціональну перфектність – дія, наслідки якої є релевантними у теперішньому часі;
- ✓ дифузну перфектність – неможливість визначення типу перфектності поза контекстом [ТФГ 2013, 195].

2) Б. Комрі та Е. Даль сформулювали такі "типи вживання" перфекта:

- ✓ результативний перфект (perfect of result, stative perfect);
- ✓ експерієнціальний, екзистенціальний перфект (experiential, existential perfect);
- ✓ перфект наявної ситуации (perfect of persistent situation);
- ✓ іммедіатний перфект (perfect of recent past, "hot news" perfect) [Comrie 1976, 86; Dahl 1985: 132–133].

Типовим для новогрецької мови, на думку А. Мозер, є результативний перфект (παρακείμενο του αποτελέσματος), експерієнціальний перфект (παρακείμενο της εμπειρίας) є семантично автономним, що підтверджено неможливістю варіативного вживання із аористом: *Έχεις φάει της τυροκέτες; Έχεις ταξιδέψει με το τρένο* [Мόζερ 2003, 2].

Можливість розглядати експерієнціальний перфект як одну із форм експерієнтива підверджують і типологічні дослідження. Експерієнтив може бути виражено не перфектною формою. Так, у японській мові експерієнтивне значення має конструкція з номіналізацією та дієсловом, що позначає екзистенцію із семантикою "ні, відсутній":

Kono hito wa yuki o mi-ta koto ga nai.

Ця людина ніколи не бачила сніг [Вострикова 2010, 1].

У роботі Н. В. Вострикової, виконаної на матеріалі більш ніж 50 мов, визначено, що експерієнтив – це семантична категорія, яка описує певний досвід участі суб'єкта у ситуації. Речення із експерієнтивом опосередковано характеризовано: повідомляючи, що X хоча б раз був учасником ситуації P, мовець тим самим приписує X певні знання або властивості. Важливим є те, що ми маємо справу з типовою ситуацією, а не з індивідуальною подією, саме через це експерієнтивові властива семантика характеризації і неможливість бути локалізованим у часі [Вострикова 2010, 1–6]. Матеріал новогрецької мови підтверджує цю властивість експерієнтива. Процесуальні дієслова, що позначають звичку або можливість щось виконувати: καπνίζω, κολυμπώ, μεθώ, παίζω κιθάρα/πιάνο, παίζω ποδόσφαιρο/μπάσκετ, πηδώ άλμα σε ύψος, τραγουδώ, τρέχω можуть бути вжитими: як у результативному: *Η Μαρία έχει τραγουδήσει (τώρα είναι η σειρά της Ελένης).*

Марія вже заспівала, тепер черга Елені, так і в експерієнціальному перфекті: *Η Μαρία έχει τραγουδήσει πολλές φορές σε φεστιβάλ τραγουδιού. Марія багато разів співала на фестивалі пісень* [Ψάλτου – Joycey 1991, 90].

Дискурсивними обмеженнями вживання перфекта (на основі аналізу форми Prsent Perfect у англійські мові, прийнятої за універсальну) є неможливість формувати наративний ланцюжок та поєднуватись із специфікаторами визначеного моменту на часовій осі [Comrie 1976, 54]. У новогрецькій мові форму перфекта не може бути уточнено прислівниками, що позначають час у минулому:

**Χτές έχω φάει τα μούτρα μου μέσα στην Πανεπιστημίου* [Μόζερ 2003, 3].

Однак, зафіксовано активне вживання із перфектом прислівників та специфікаторів часу, що позначають:

1) передування моменту мовлення: εδώ και καιρό; ηδη; καιρό τώρα; κιόλας; πλέον; πολύ παλιά; προηγουμένως; πριν (από); πρωτύτερα; στο παρελθόν: *Κι όσο για μένα,* **εδώ και *πολύ* καιρό *έχω πειστεί*** *απολύτως, μολονότι δε σου το είπα ίσως ποτέ, ότι σπανίως η θάλασσα μας οφελεί.*(Τ. Ώστιν) "*Ααα, δεν έχω προλάβει να σου πω πως* **ήδη *έχω* εκδώσει** *ένα βιβλίο και τώρα δουλεύω πάνω στο δεύτερο*". (Δ. Νότας) *"Από* **καιρό τώρα *έχω διαπιστώσει*** *ότι ζούμε στον αιώνα της μπλόφας".* (Α. Πάρνης). "*Υπάρχουν στιγμές που αναρωτιέμαι μήπως* ***έχω* κιόλας *πεθάνει"***. (Η. Kent) "*Οι λεπτομέρειες* ***έχουν* πλέον *καθορισθεί***". (Δ. Παπαδημητρίου);

2) акцент на важливість наслідків ситуації для теперішнього часу: αυτό τον καιρό, αυτή τη στιγμή, σήμερα, προς το παρόν, τουλάχιστον αυτή τη στιγμή/ως αυτή τη στιγμή, τώρα, φέτος: "*Αν είχα και μια μικρή αμφιβολία για το πόσο χρήσιμο είναι αυτό που ζούμε εδώ μέσα, μετά από ό,τι έζησα* **σήμερα *έχω πειστεί*** *όσα μαθαίνουμε για τον εαυτό μας και τη σχέση μας με τους δικούς μας περνάνε και στα εγγόνια μας".*(Χ. Κατάκη)

3) часовий інтервал: από νωρίς το απόγευμα, από πριν, από τότε (που), από χθες, από χρόνια, (από) πολλά χρόνια, καιρό τώρα, μέχρι στιγμής, μέχρι/ ως σήμερα, μέχρι τώρα, όλα αυτά τα χρόνια, στη ζωή μου, τα τελευταία χρόνια, την τελευταία εικοσαετία, τον τελευταίο καιρό, τόσα χρόνια τώρα, το τελευταίο μισό του εικοστού αιώνα, τόσος καιρός από τότε, ως τώρα (δεν): *Εχει περάσει τόσος καιρός από τότε, αλλα τίποτα* (Βασιλειάδης 1998).

4) частотність

✓ визначену:

δύο φορές, μία φορά:

✓ невизначену:

ακόμα / η δεν, αρκετές φορές, δεκάδες φορές, επανειλημμένα, κάποτε ουδέποτε, κατ'επανάληψη, κατά καιρούς, ξανα-/ξανά, πολλές φορές, ποτέ (δεν), συχνά, σπάνια τώρα, τελευταία δεν: "***Έχω αποτύχει* ξανά και ξανά...***"*. *(*Λίνα Ψουνή) "*Εντούτοις, δεν είναι εύκολο να επιβιώνεις οικονομικά με μια τέτοια δουλειά, και* **συχνά *έχω νιώσει*** *φρίκη από την ανασφάλεια"*. (Βαγγέλης Ραπτόπουλος)

У новогрецькій мові вживання перфекта обмежено також у реченнях, що є спогадами про подію:

– Τι έγινε οταν μπήκες στο δωμάτιο;

– *Έχω δει το πτώμα. Αμέσως *έχω καλέσει την αστυνομια [Μόζερ 2003, 3].

Матеріал новогрецької мови засвідчує, що існують також певні особливості у використанні акціональних класів дієслів у формах перфекта. Так, дієслова, що належать до акціонального класу стативів і в англійській мові вживаються у перфекті, у новогрецькій мові зазвичай мають форми теперішнього часу:

1) *We* ***have known*** *Peter for years*.

Γνωρίζουμε *τον Πέτρο χρόνια* [Ψάλτου – Joycey 1991, 56].

2) *Sam and Susan* ***have lived*** *in Greece since 1985*

Ο Σαμ και η Σούζαν ***ζουν*** *στην Ελλάδα από το 1985*

[Ψάλτου – Joycey 1991, 56].

У цьому випадку для англійської мови більш важливою є віднесеність початку ситуації до минулого [Jespersen1924, 272], а для новогрецької – її релевантність у теперішньому часі. Перфект у новогрецькій мові вживається у тих ситуаціях, коли чітко окреслено як завершення ситуації, так і її наслідки: *Εχω βαρεθεί να τον περιμένω. Θα φύγω. 'Εχουμε ανησυχήσει από τις διαδόσεις. Κάτι πρέπει να κάνουμε* [Ψάλτου – Joycey 1991, 86].

Таким чином, фактичний матеріал засвідчує, що вибір перфектної форми у новогрецькій мові є контекстуально залежним. Форма перфекта належить до сфери теперішнього у аспектуально-темпоральному домені новогрецької мови.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Маслов Ю. С.* Избранные труды. Аспектология. Общее языкознание / Юрий Сергеевич Маслов; [Сост. и ред. А. В. Бондарко, Т. А. Майсак, В. А. Плунгян]. – М. : "Языки славянской культуры", 2004. – 840 с.

2. *Плунгян В. А*. Общая морфология: Введение в проблематику / Владимир Александрович Плунгян [Учебное пособие]. – Изд-е 4-е. – М. : Книжный дом "ЛИБРОКОМ", 2012. – 384 с.

3. Теория функциональной грамматики : Введение. Аспектуальность. Временная локализованность. Таксис / [под ред. А. В. Бондарко и др.]. – М. : Книжный дом "ЛИБРОКОМ", 2013. – 352 с.

4. Типология результативных конструкций: результатив, статив, пассив, перфект [Отв. ред. В. П. Недялков]. – Ленинград : Наука ЛО, 1983. – 262 с. – (Академия наук СССР. Институт языкознания).

5. *Brian D J.* Modern Greek / J. Brian D, I. Philippaki-Warburton. – London / New York: Groom Helm, 1987. – 281 c.

6. *Comrie B.* Aspect: An Introduction to the Study of Verbal Aspect and Related Problems (Cambridge Textbooks in Linguistics) / Bernard Comrie. – Cambridge : Cambridge University Press, 1976.– 156 p.

7. *Dahl Ö.* Tense and aspect systems / Östen Dahl. – Oxford : Basil Blackwell, 1985. – 213 p.

8. *Jespersen O*. The Philosophy of Grammar / Otto Jespersen. – New York: Henry Holt & Company, 1924. – 359 p.

9. *Mackridge P.* The Modern Greek Language: a descriptive analysis of standard modern greek / Peter Mackridge Oxford / New York : Oxford University Press, 1985 – 387 p.

10. *Mackridge P.* Η νεοελληνική γλώσσα [Μτφρ. Κ. Ν. Πετρόπουλος] / Peter Mackridge – Αθήνα : Πατάκης, 1987. – 532 σ.

11. *Mirambel A.* Η νεοελληνική γλώσσα. Περιγραφή και ανάλυση / A. Mirambel. – Θεσσαλονίκη : Ίδρυμα Μανόλη Τριανταφυλλίδη, 1988. – 402 σ.

12. *Veloudis I.* The Pragmatic Category "Perfect"/ Ioannis Veloudis // Themes in Greek Linguistics: Papers from the First International Conference on Greek Linguistics, Reading, September 1993. – Amsterdam : John Benjamins, 1994. – C. 129–136.

13. Ψάλτου – Joycey A. The temporal, aspectual, and pragmatic functions of the Perfect in Modern Greek / Αγγελική Ψάλτου – Joycey. – Θεσσαλονίκη : Τμήμα αγγλικής γλώσσας και φιλολογίας, 1991. – 244 σ.

14. *Μόζερ Α.* Παρελθόν, παρόν, οριστικότητα και παρακείμενος [Електронний ресурс] / Α. Μόζερ, Σ. Μπέλλα // Proceedings of the 6th International conference of Greek Linguistics. – Rethymno : Linguistics Lab, University of Crete. – 2003. – Режим доступу до ресурсу: www. philology.uoc.gr / conferencees / 6th ICGL / gr.htm.

15. *Βασιλειάδης Δ.* Περιμένοντας τον Τζακ : Μυθιστόρημα / Δημήτρης Βασιλειάδης. – Θεσσαλονίκη: Παρατηρητής, 1998. – 241σ.

16. *Μπαμπινιώτης Γ.* Συγχρονική γραμματική της κοινής νέας ελληνικής. Θεωρία, ασκήσεις / Γ. Μπαμπινιώτης, Π. Κοντός. – Αθήνα, 1967. – 262 p.

17. *Τζάρτζανος Α. Α.* Νεοελληνική σύνταξις (της κοινής δημοτικής)/ Α. Α. Τζάρτζανος. – Εν Αθήναις : Οργανισμός Εκδόσεως Σχολικών Βιβλίων.– 1946. – 340 σ.

18. *Τριανταφυλλίδης Μ.* Νεοελληνική γραμματική (της δημοτικής). Ανατύπωση της έκδοσης του ΟΕΣΒ (1941) / Μανόλης Τριανταφυλλίδης. – Θεσσαλονίκη : Ιδρυμα Μανόλη Τριανταφυλλίδη, 1978. – 447 σ.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. *Kent H.* Έθιμα ταφής / Hannah Kent, μετάφραση Μαρία Αγγελίδου. – 1η έκδ. – Αθήνα : Ίκαρος, 2014. – 420 σ.

2. *Κατάκη Χ.* Το ημερολόγιο ενός θεραπευτή / Χάρις Κατάκη. – 1η έκδ. – Αθήνα : Εκδόσεις Πατάκη, 2014. – 367 σ.

3. *Νότας Δ.* Εξοργισμός / Δημήτρης Νότας. – 1η έκδ. – Καβάλα : Εκδόσεις Σαΐτα, 2013. – 94σ. – (Οι Τελευταίοι Έλληνες Εθνικοί).

4. *Παπαδημητρίου Δ.* Μνήμες σκοτεινά αναδυόμενες / Δημήτρης Παπαδημητρίου. – AKAKIA Publications, 2013. – 358 σ.

5. *Πάρνης Α.* Ρώσικη τριλογία: Ο Διορθωτής, Λεωφόρος Πάστερνακ, Μια Πράγα στον καθένα / Αλέξης Πάρνης. – Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτη, 2012. – 725σ.

6. *Ραπτόπουλος Β.* Η υψηλή τέχνη της αποτυχίας / Βαγγέλης Ραπτόπουλος. – Αθήνα : Ίκαρος, 2012. – 707 σ.

7. *Ώστιν Τ.* Έμμα / Τζεϊν Όστιν, μετάφραση Φώντας Κονδύλης. – Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτη. – 2000. – 596 σ.

Стаття надійшла до редакції 27.04.15

Т. В. Любченко, канд. филол. наук, доц.
Киевский национальный лингвистический университет

Типология перфекта в новогреческом языке

В статье проанализирована формальная и семантическая структура перфекта в новогреческом языке. Традиционные грамматики трактуют перфект как одну из форм категории времени. В современных исследованиях акцентируется, что перфект объединяет семантику как аспектуальных, так и таксисных граммем. В отличие от аориста, с которым контекстуально коррелирует перфект, данная форма выражает факт актуальности результата действия в настоящем.

Ключевые слова: *форма, семантика, перфект, новогреческий язык, время, аспект*

T. Liubchenko, Cand.Phil.Sci., Associate Professor

The typology of the Modern Greek Perfect

The paper deals with the peculiarities of the meaning and form of the Modern Greek perfect. In traditional grammar the perfect is a particular conjugated verb form, traditionally considered to be one of the tenses. In modern analysis it is seen as combining the expression of tense (tense reference) with aspectual information. The Modern Greek perfect contrasts with the aorist and refers to completed events with present consequences.

Keywords: *form, meaning, perfect, Modern Greek, tense, aspect*

УДК 811.222.1-119

О. В. Мазепова, канд. філол. наук, доц.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЯ БІНАРНОЇ ОПОЗИЦІЇ *ПРАВДА-НЕПРАВДА* У ПЕРСЬКІЙ МОВНІЙ СВІДОМОСТІ (за результатами психолінгвістичного експерименту)

У статті на матеріалі результатів психолінгвістичного експерименту досліджено концептуальну структуру та зміст бінарної опозиції ПРАВДА-НЕПРАВДА у мовній свідомості носіїв перської мови. Показано, яким чином отримані дані можуть бути інтерпретовані із застосуванням методологічного апарату когнітивної лінгвістики.

Ключові слова: *бінарна опозиція, психолінгвістичний експеримент, стимул, реакція, концептуальна структура, когнітивна інтерпретація.*

Антропоцентричний характер сучасної лінгвістики, зумовлений зростанням інтересу до статусу людини та її взаємодії з навколишнім світом, призвів до посиленої уваги з боку дослідників до вивчення мовної репрезентації бінарних концептуальних опозицій, притаманних свідомості носіїв різних мов та культур. Найбільш ефективним у такому дослідженні видається поєднання інструментарію психолінгвістики та здобутків лінгвокогнітивного підходу, спрямованого на вивчення структур репрезентації знань у свідомості людини та їхнього відображення в мові.

Метою цієї розвідки є встановлення концептуального змісту бінарної опозиції *правда-неправда* у перській мовній свідомості на основі проведеного з носіями перської мови психолінгвістичного експерименту та когнітивної інтерпретації його результатів. Актуальність дослідження полягає в поєднанні інструментарію когнітивної та психолінгвістики у процесі реконструкції певних концептуальних структур у свідомості людини. Новизна дослідження визначається тим, що вперше методологічний апарат зазначених напрямків мовознавства був залучений до вивчення бінарних концептуальних опозицій на матеріалі перської мови.

На необхідність проведення експерименту в лінгвістиці вказував іще академік Л. Щерба у 30-х роках XX ст. (див.: [Щерба

1974, 24–39]). І хоча під експериментом учений розумів передусім інтроспективні досліди самого лінгвіста-експериментатора, кінцевою метою якого є опис мовної системи і норми [Залевская 2011, 73], він визнавав, що лінгвістичне знання дає можливість розуміння людської свідомості [Белянин 2003, 67].

Когнітивна лінгвістика, об'єктом якої є "мова як експонент когнітивних структур і процесів свідомості, а предметом – співвідношення когнітивних механізмів свідомості з природною мовою й її мовленнєвою реалізацією" [Селіванова 2008, 365], входить до широкого кола когнітивних наук, спільним завданням яких є вивчення *когніції* – процесу пізнання людиною навколишнього світу, "що реалізується у процесах його концептуалізації та категоризації" [Болдырев 2004, 22–23]. В зарубіжній когнітивістиці вважається, що основним методом дослідження у когнітивній лінгвістиці є лінгвістична інтроспекція дослідника [Мартінек 2011, 25]. Однак, як зауважує Л. Талмі, результати, отримані шляхом лінгвістичної інтроспекції, мають корелювати з результатами, отриманими із застосуванням інших методів, зокрема із застосуванням корпусу певної мови або психолінгвістичного експерименту [Talmi 2003, 5]. Таким чином, будучи спочатку інструментом напрямку, що народився на стику психології та лінгвістики, психолінгвістичний експеримент увійшов і до інструментарію когнітивної лінгвістики, ставши невід'ємною складовою сучасних лінгвокогнітивних студій як за кордоном, так і на пострадянському просторі.

Увага до значення слова, до його семантики завжди була і залишається в колі інтересів психолінгвістів. Серед усіх методів психолінгвістичного аналізу семантики (типологію див. у: [Белянин 2003, 68–79]), найбільш опрацьованою технікою є асоціативний експеримент (АЕ). Суть АЕ полягає в тому, що респондентам пропонують певний перелік слів (стимулів) і просять прореагувати (тобто дати асоціацію або реакцію) на кожне слово цього переліку першим словом, яке спаде на думку. Детально питання методології проведення АЕ і обробляння його результатів викладено у: [Залевская 2011; Горошко 2001]. Відомо декілька різновидів АЕ: 1) вільний АЕ, коли респондентам не ставиться ніяких обме-

жень на реакції; 2) скерований АЕ, коли пропонується давати асоціації певного граматичного або семантичного класу (наприклад підібрати прикметник до іменника), та 3) ланцюжковий АЕ, коли респондентам пропонують реагувати на стимул кількома асоціаціями. Існують спеціальні словники асоціативних норм, серед яких найбільш відомими є асоціативний словник англійської мови Дж. Діза [Deese 1965], "Русский ассоциативный словарь" під ред. Ю. Караулова [РАС 2002], "Український асоціативний словник" (укладач С. Мартінек) [УАС 2007].

Однією з найбільш складних з погляду методології й практики проведення АЕ є проблема класифікації реакцій та опис процесів асоціювання. Зокрема, виділяють такі різновиди асоціацій: парадигматичні, синтагматичні, тематичні, фонетичні, деривацийні, цитатні, особисті тощо. *Парадигматичні* асоціації засвідчують, що стимул і реакція перебувають у відношеннях координації, субординації, суперординації або антонімії. У *синтагматичних* відношеннях асоціювання має місце лінійне синтагматичне розгортання слова-стимулу, коли реалізуються його сполучувані можливості. *Тематичний* тип асоціювання становить експлікацію можливого фрагменту дійсності, коли слово-стимул і слово-реакція виступають актантами певної ситуації, тобто можуть бути використані разом у межах тематично обмеженого контексту. *Фонетичними* називають асоціації, в яких наявне лише співзвуччя між стимулом і реакцією, а семантичний зв'язок або не виражений, або виражений слабо. *Деривацийні* реакції – це слова, в яких наявний той самий корінь, що у слова-стимулу; до таких реакцій відносять як формотворчі, так і словотворчі реакції. *Цитатні* асоціації експлікують використання респондентом того чи іншого прецедентного тексту (тобто такі реакції мають фольклорне, літературне, телевізійне або кінопоходження). Під *особистими* розуміють реакції, в яких респондент апелює до власного життєвого досвіду (напр.: Я це люблю) (див: [Горошко 2001; Белянин 2003]).

У процесі дослідження бінарної опозиції *правда-неправда* на матеріалі перської мови ми використали психолінгвістичний експеримент у двох його різновидах. На першому етапі був про-

ведений вільний АЕ, під час якого респондентам, якими виступили переважно студенти Тегеранського університету, був запропонований перелік із 20 слів, серед яких були і слова, що вербалізують досліджувані концепти, із проханням прореагувати на кожне з них першим словом, що спаде на думку. На другому етапі був застосований метод прямого тлумачення або розгорнутої дефініції слів (див: [Белянин 2003, 77–78; Бутакова 2012, 199]), коли респондентам було запропоновано пояснити, що для них означають подані в переліку слова. Таким чином, внаслідок проведення другого етапу експерименту із семантизації запропонованих слів ми розраховували отримати детальнішу інформацію щодо концептуального змісту досліджуваних абстрактних понять. За результатами опрацювання матеріалів вільного АЕ було змодельовано асоціативне поле (АП) досліджуваних концептів, на підставі аналізу розгорнутих предикацій у процесі семантизації запропонованих слів – їх семантичне поле (СП).

Асоціативне поле (АП) стимулу структуроване традиційно – від стимулу до реакції з фіксацією спочатку ядра (найбільш частотних реакцій), потім – периферії АП (малочастотних та одиничних). У дужках указано кількість респондентів, які видали саме таку реакцію на пред'явлений стимул. У процесі обробляння результатів АЕ нам здалося доцільним об'єднати реакції за принципом семантичної близькості або деривaційних відношень. Тому всі асоціати, що перебували між собою у стосунках синонімії або похідності й передавали одне поняття, ми об'єднували до однієї групи. У поданих нижче АП слів-стимулів راستی **rasti** *правда* та دروغ **doruq** *неправда* спочатку йдуть згруповані за вказаним принципом реакції, а потім – однослівні реакції.

АП слова-стимулу **راستی rāsti** *правда*

I – Реакції, об'єднані за принципом семантичної близькості або деривaційних відношень:

гарний, добро (15): *xub* гарний (6), *xubi* добро (5), *niki* добро (2), *nik* добрий, гарний (1), *kar-e xub* гарна справа (1); **правильність, правдивість (11):** *dorosti* правда, правильність (9), *dorost* правильний, правдивий (1); *rāstgu* правдивий (1); **правдивість,**

щирість (11): *sadāqat* (7), *sedq* (2*)*; *samimiyyat* щирість (2); **чистота, чистий (8):** *pāki* чистота (5), *pāk* чистий (3); **білий, білизна (7):** *sefid* білий *(6), sefidi* білизна (1); **світло (6):** *nur* світло *(4), roušani* світло *(2);* **кохання, любов (5):** *ešq* кохання, любов (4), *mohabbat* любовь (1);

Бог (4): *xodā* (3), *xodāvand* (1); **краса (3):** *zibāyi* краса (2), *zibā* гарний (1).

II – Однослівні реакції:

gol квітка (3), *mādar* мати (2), *haqiqat* істина (2), *hamsar* подружжя (2); *āb* вода, *āli* найкращий, *āyin-e irāniyān-e kohan* закон стародавніх іранців, *axlāq* мораль, *e'temād* довіра, *ensān* людина, *bozorgān* великі люди, *hamāqat* дурість, *xošruyi* привітність, *dānešmandān* вчені, *rāstqāmat* стрункий, *zartošt* Зороастр, *šāyeste* достойний, *ferdousi* райський, *ferešte* янгол, *qor'ān* Коран, *kaji* кривізна, *mosbat* позитивний, *nesbiyyat* відносність, *hedāyat* наставництво, *hamdeli* однодумність, *yek-i az āšnāyān* один із знайомих (1).

Відмови (3). Загалом: 101+3

АП слова-стимулу **دروغ doruq** *обман*

I – Реакції, об'єднані за принципом семантичної близькості або деривaційних відношень:

поганий, зло (19): *bad* поганий (8), *badi* зло (6), *badtarin* найгірший (1), *badtarin kār* найгірша справа (1), *sāl-e bad* поганий рік (1), *badbaxti* нещастя (1), *badtarin xeslat* найгірша риса характеру (1); **чорний, чорнота, темрява (7):** *siyāhi* чорнота (4), *siyah* чорний (2), *tāriki* темрява (1); **огидний (6):** *zešt* огидний (5), *zešti* огидність (1); **ненависть (5):** *tanaffor* ненависть (3), *nefrat* ненависть (1), *motanaffer* той, що ненавидить (1); **неправда, обман (4):** *tazvir* неправда, обман (1), *xorāfe* вигадка (1), *kezb* неправда, вигадка (1), *nādorosti* неправда (1); **страх (4):** *tars* страх (3), *vahšatnāk* жахливий (1); **брудне (4):** *palidi* бруд, мерзота (2), *kasif* брудний (2); **гріх (3):** *gonāh* гріх (2), *badtarin gonāh* найгірший гріх (1); **недовіра (3):** *bi e'temād* недовірливий (1), *adam-e e'temād* відсутність довіри (1), *nadāštan-e e'temād be nafs* відсутність впевненості в собі (1); **зрада (3):** *xiyānat* зрада (3); **слово (3):** *harf* слово (1), *sa'y mikonam hargez naguyam* намагаюся ніко-

ли не казати (1), *goftār-e nik* добре слово (1); **втеча (2):** *farār* втеча (1), *rāh-e farār az mojāzāt* шлях втечі від покарання (1); **помилка (2):** *eštebāh-e bozorg* велика помилка (1), *bozorgtaring eštebāh* найбільша помилка (1); **смерть (2):** *marg* смерть (1), *fanā, tamām šodan* небуття, кінець (1).

II – Однослівні реакції:

ādat звичка, *āšqāl* сміття, *ahmadi nejād* Ахмаді Нежад, *elzāmi* необхідний, *enhetāt* занепад, *enzejār* відраза, *ensān* людина, *irān* Іран, *bi ma'refat* необізнаний, *pedarbozorg* дідусь, *past* низький, *tāvān dādan* компенсувати, *tabāhi* розпуста, *tardid* сумнів, *jang* війна, *jodāyi* розлука, *čāqu* ніж, *xākestari* сірий, з попелу (зороастр.), *xeyli xeyli ziyād* дуже дуже багато, *dard* біль, *došman-e xodā* ворог Бога, *dust nabudan* не бути другом, *rāst* правильний, правий, *siyāsi* політичний, *zedd-e axlāq* аморальний, *asabāniyyat* знервованість, *fāje'e* трагедія, *qobh* безсоромність, *kak* тривожність, *kelid* ключ, *maslahat* користь, *maqāzedār* власник магазину, *nātavāni* слабкість, *nārāhati* занепокоєння (1).

Відмови (3). Загалом: 101 +3

На першому етапі аналізу отриманих даних нам здалося доцільним зробити формальну і тематичну класифікації асоціатів. За типом реагування всі реакції було розподілено на такі групи: семантичні (або в іншій термінології – парадигматичні), асоціативні (або тематичні), оцінні та особисті. Реакцій розгортання (або синтагматичних реакцій) виявлено не було. Так, до семантичних реакцій на слово-стимул **rāsti** *правда* увійшло 25 асоціатів: *dorosti* (9), *dorost* (1), *rāstgu* (1), *sadāqat* (7), *sedq* (2), *samimiyyat* (2), *haqiqat* (2), *kaji* (1). Групу оцінних реакцій загальною кількістю у 29 асоціатів склали слова: *xub* (6), *xubi* (5), *pāki* (5), *pāk* (3); *niki* (2), *nik* (1), *zibāyi* (2), *zibā* (1); *kar-e xub* (1), *šāyeste* (1), *mosbat* (1). До особистих увійшли реакції: *mādar* (2), *hamsar* (2), *yek-i az āšnāyān* (2). Решту реакцій (таких, як: *gol* (3), *nur* (4), *roušani* (2), *ešq* (4), xodā (3) тощо) ми віднесли до числа власне асоціативних, тобто таких, в яких простежується смисловий зв'язок між стимулом та уявленням, що ним викликається.

Особливістю АП слова-стимулу **doruq** *неправда* є те, що семантичних реакцій було виявлено лише 7: *harf* (1), *goftār-e nik*

(1); *kezb* (1), tazvir (1); *rāst* (1), *xorāfe* (1), *nādorosti* (1). До числа оцінних (всього – 32) увійшли такі асоціати, як: *bad* (8), *badi* (6), *badtarin* (1), *badtarin kār* (1), *sāl-e bad* (1), *badbaxti* (1), *badtarin xeslat* (1), *zešt* (5), *zešti* (1), *palidi* (2), *kasif* (2), *past* (1), *xeyli xeyli ziyād* (1), *zedd-e axlāq* (1). До особистих реакцій ми віднесли висловлювання **sa'y mikonam hargez naguyam** *намагаюся ніколи не казати* (1). Решта реакцій (таких, як: *siyāhi* (4), *gonāh* (2), *farār* (1), *marg* (1) тощо) складають найбільшу, асоціативну групу реакцій. Співвідношення різних типів реакцій у відсотках вказано у таблиці 1.

Таблиця 1

Співвідношення різних типів реакцій на слова-стимули (формальна класифікація)

АП	Тип реакції									
	семантичні		оцінні		асоціативні		особисті		відмови	
	всього	%	всього	%	всього	%	всього	%	всього	%
rāsti правда	25	24,04	29	27,89	42	40,38	5	4,81	3	2,88
doruq неправда	7	6,73	32	30,77	61	58,65	1	0,96	3	2,88
Разом	32	15,39	61	29,33	103	49,52	6	2,88	6	2,88

Як можна бачити з цієї таблиці, переважну більшість реакцій (49,52 %) складають власне асоціативні (або в іншій термінології – тематичні) реакції, які експлікують можливість слова-стимулу і слова-реакції виступати у ролі актантів певної ситуації, тобто вступати у синтаксичні відношення в межах певного тематично обмеженого контексту. Впадає в око поважна загальна кількість оцінних реакцій (29,33 %), що вказує на неабияку роль оцінки в осмисленні респондентами обох членів розглядуваної бінарної опозиції. Незначна кількість семантичних асоціацій на слово-

стимул неправда (6,73 %), очевидно, пояснюється тим, що **doruq** у свідомості носіїв перської мови постає як складно структурований концепт, який, будучи активованим відповідним словостимулом, викликає передусім або оцінну реакцію або асоціацію, пов'язану з власним життєвим досвідом респондента.

У процесі складання тематичної класифікації усіх ненульових реакцій нам вдалося виділити кілька груп понять, що лежать в їх основі: абстрактні поняття, об'єкти та явища фізичного світу, релігійні поняття, емоції та почуття, конкретні люди, характеристики та стани людини (див. таблицю 2). Найчисельнішу групу у цій класифікації склали слова-асоціати, що позначають абстрактні поняття. При формуванні цієї групи нам довелося абстрагуватися від частиномовної належності слів, які передавали те чи інше поняття. Так, слова **zibāyi** *краса* та **zibā** *гарний* були віднесені до однієї підгрупи "краса", слова **pāki** *чистота* та **pāk** *чистий* – до підгрупи "чистота" тощо. Внаслідок такого об'єднання, зокрема, до підгрупи **xubi** *добро* увійшло 18 асоціативних одиниць, серед яких: **xubi** (11), **niki** (3), **āli** (1), **šāyeste** (1), **mosbat** (1), **kār-e xub** (1); до підгрупи **badi** *зло* – 26 реакцій: **badi** (18), **zešti** (6), **past** (1), **zedd-e axlaq** (1).

Отже, більшість реакцій на обидва слова-стимули становлять експлікацію абстрактних понять, характеристик або станів людини. Значна кількість емоційних реакцій (18) вказує на поважну роль емоційної складової в осмисленні досліджуваних етичних концептів. При цьому кількість емотивних реакцій на слово **doruq** *неправда* (наприклад: **tanaffor** *ненависть* (5), **tars** *страх* (4), **enzejār** відраза (1) тощо) значно перевищує кількість відповідних реакцій на слово **rāsti** *правда*. Крім того, звертає увагу відносно мала кількість асоціатів, в основі яких лежать поняття релігійної сфери. Так, на слово-стимул **doruq** *неправда* подано всього два асоціати (1,98 %): **došman-e xodā** *ворог бога* та **xākestari** *той, що з попелу*. При цьому обидва асоціати можна вважати експлікацією давньоіранських уявлень, згідно з якими **друг** або **друдж –** один з девів, створений Ангро-Майнью (з попелу – О.М.) на погибель "праведному світові" [МС 1991, 197];

злий дух, який став уособленням неправди, зла, безладу – тобто принципу, протилежного істині-*аша* [Бойс 2003, 335]. Аналіз реакцій на слово-стимул **rāsti** *правда* засвідчує, що відповідний концепт у свідомості персів структурований поєднанням елементів двох когнітивних областей – давньоіранської релігії зороастризму та ісламу.

Таблиця 2

Тематична класифікація отриманих реакцій на слова-стимули

№	Поняття	Об'єднані у підгрупи та одиночні реакції	Всього	%
АП **rāsti** *правда*				
1	Абстрактні поняття	**xubi** (18), **dorosti** (10), **sadāqat** (9), **pāki** (8), **zibāyi** (3), **haqiqat** (2), **axlāq** (1), **nesbiyat** (1), **hedāyat** (1), **kaji** (1)	54	53,47
2	Об'єкти та явища фізичного світу	**sefidi** (7), **nur** (4), **roušani** (2), **gol** (3), **āb** (1)	17	16,83
3	Релігійні поняття	**xodā** (4), **āyin-e irāniyān-e kohan** (1), **zartošt** (1), **ferdousi** (1), **ferešte** (1), **qor'ān** (1)	9	8,91
4	Емоції та почуття	**ešq** (4), **mohabbat** (1)	5	4,95
5	Конкретні люди	**mādar** (2), **hamsar** (2), **ensān** (1), **bozorgān** (1), **dānešmandān** (1), **yek-i az āšnāyān** (1)	8	7,92
6	Характеристики та стани людини	**samimiyyat** (2), **e'temād** (1), **xošruyi** (1), **rāstqāmat** (1), **rāstgu** (1), **hamdeli** (1), **hamāqat** (1)	8	7,92
АП **doruq** *обман*				
1	Абстрактні поняття	**badi** (26), **siyāhi** (7), **palidi** (4), **nādorosti** (3), **gonāh** (3), **xiyānat** (3), **ziyādi** (1), **xorāfe** (1), **rāsti** (1), **elzāmi** (1), **enhetāt** (1), **tāvān budan** (1), **tabāhi** (1), **jang** (1), **maslahat** (1), **siyāsat** (1), **qobh** (1), **fāje'e** (1)	58	57,43

Закінчення табл. 2

№	Поняття	Об'єднані у підгрупи та одиночні реакції	Всього	%
2	Об'єкти та явища фізичного світу	**āšqāl** (1), **irān** (1), **čaqu** (1), **kelid** (1)	4	3,96
3	Релігійні поняття	**došman-e xodā** (1), **xākestari** (1)	2	1,98
4	Емоції та почуття	**tanaffor** (5), **tars** (4), **nārāhati** (1), **kak** (1), **asabāniyyat** (1), **enzejār** (1)	13	12,87
5	Конкретні люди	**ahmadi nejād** (1), **ensān** (1), **pedarbozorg** (1), **maqāzedār** (1)	4	3,96
6	Характеристики та стани людини	**ādat** (1), **eštebāh** (2), **badbaxti** (1), **bi ma'refat** (1), **tardid** (1), **jodāyi** (1), **harf** (2), **dard** (1), **dust nabudan** (1), **sa'y mikonam hargez naguyam** (1), **adam-e e'temād** (3), **farār** (2), **marg** (2), **nātavāni** (1)	20	19,8

У проведенні другого етапу експерименту окрім студентів Тегеранського університету взяли участь студенти та викладачі іранського університету "Паяме нур", співробітники фонду Сааді та члени їхніх родин. Усі отримані тлумачення ми розподілили на кілька "семантичних рубрик", до складу яких увійшли близькі за значенням мовні одиниці, причому як окремі слова, так і словосполучення, сегменти речень або цілі висловлювання. Під час такої рубрикації ми спиралися на розроблене в когнітивній лінгвістиці положення про особливості когнітивної інтерпретації результатів АЕ, під час якої асоціати "інтерпретуються як мовні репрезентації певних когнітивних ознак, що утворюють зміст концепту" [Стернин 2007, 40]. Усі виділені рубрики розташовані за принципом частотності, а тлумачення, що не вклалися в жодну з рубрик, подані окремим переліком. Розглянемо СП, сформоване на підставі аналізу предикацій, отриманих у процесі семантизації слова **doruq** *неправда.*

СП стимулу слова دروغ **doruq** *неправда*

І – Тлумачення, об'єднані за принципом семантичної близькості:

протилежний правді (20): ***(harf yā amal-e) xelāf-e vāqe'iyyat*** (слово чи справа, що) не відповідає дійсності (12), ***nagoftan-e haqiqat*** приховування істини (2), ***rāst nabāšad*** не є правдою (1), ***bigāne bā rāsti*** чужий правді (1), ***moqābel-e sadāqat, rāsti*** протилежний правді (1), ***nadāštan-e sadāqat*** відсутність правдивості (1), ***nimrāsti*** напівправда (1), ***šoru'-e enherāf*** початок відхилення від істини (1);

поганий, зло (17): ***vije-ye axlāqi-ye bad-e ensān*** погана риса характеру людини (5), ***bad*** поганий (2), ***badtarin čiz-i ke vojud dārad*** найгірша річ (2), ***manfi*** негативний (1), ***āqāz-e besyār-i az badihā*** початок багатьох поганих речей (1), ***kolliye-ye har badi*** все погане (1), ***badtarin gofte*** найгірше слово (1), ***harf-e nāpasand*** неприйнятне слово (1), ***kār-e nāpasand*** неприйнятна справа (1), ***kār-e zešt va nekuhide*** погана й гідна осуду справа (1), ***zešttarin kār-e motadāvel*** найогидніша дуже поширена справа (1);

спричиняє почуття (8): ***xarāšidan-e ravān-e ensān*** мучить душу людини (1), ***beham rixtan-e ruh-e ādami*** бентежить дух людини (1), ***ehsās-e šarmandegi*** почуття сорому (1), ***stresāvare*** приносить стрес (1), ***qam va anduh*** печаль і смуток (1), ***nārāhati*** засмучення (1), ***ezterāb va negarāni barāye bar malā šodan-e doruq*** хвилювання від страху, що брехня відкриється (1); ***az doruq bizār-e bizār-am*** мені огидна неправда (1);

впливає на життя (7): ***bā'es-e jodāyi mišavad*** спричиняє розставання (3), ***zendegi-rā beham mizane*** руйнує життя людини (2), ***zāye' šodan dar āyande*** зіпсоване життя в майбутньому (1), **badbaxti** нещастя;

недовіра (6): ***moujeb-e bi e'temādi migardad*** спричиняє недовіру в людях (4), ***az dast dādan-e e'temād be nafs*** втрата впевненості в собі (2);

має причину (6): ***be manzur-e residan be hadaf-i*** з метою досягнення якоїсь мети (2), ***hefāzat az xiš*** самозахисту (1), ***bahrebardāri az šarāyet*** бажання скористатися обставинами (1), ***az ruye zerangi*** з хитрощів (1), ***manfe'at-e šaxsi*** власної користі (1);

породжує ненависть (4): ***tanafforāmiztarin harf*** найненависніше слово (2), ***badtarin čiz-i ke ba'es-e tanaffor mišavad*** найгірша річ, яка викликає ненависть (1); ***tanafforbarangiztarin raftār*** найненависніша поведінка (1), ***nefratangiz*** ненависний (1);

пов'язане з релігією (4): ***doruqgu došman-e xodā-st*** брехун – ворог Бога (1), ***tars az xodā*** страх перед Богом (1), ***mo'men nabāyad beguyad*** правовірний не повинен казати (1); ***bozorgtarin gonāh*** найбільший гріх (1);

поняття відносне (4): ***bā ān ke bad ast gāhi majbur-im doruq beguyim*** хоча і погано, інколи ми змушені казати неправду (3), ***amr-e nesbi*** відносне поняття (1);

втеча (3): ***rāh-e goriz*** шлях втечі (1), ***rāh-e farār az mojāzāt*** шлях втечі від покарання (1), ***farār az vaz'iyyat-e fe'li*** втеча від наявного стану речей (1);

бруд (3): ***čerk*** бруд (1), ***kasif*** брудний (1), ***mādar-e palaši*** матір нечистоти (1),

багато (3): ***xeyli ziyād*** дуже багато (1), ***doruqgu ziyād ast*** брехунів багато (1); ***harf-e ziyād-i va ezafe*** багато зайвих слів (1);

може убивати (3): mesl-e čāqu як ніж (1), **mesl-e xanjar** як кинджал (1), **mesl-e qātel-e bāvar** як убивця віри (1);

II – Одиничні тлумачення:

abzār-e har ensān-e nātavān інструмент слабкої людини, ***xelāf-e ensāniyyat*** проти людяності, ***touhin be šo'ur-e moxātab*** образа для розуму співбесідника, ***jāme-ye nāmonāseb bar kalām pušāndan*** вдягати на висловлювання непридатний одяг, ***xoš-am nemiāyad*** мені не подобається, ***setam*** гноблення, ***siyāsatmadār*** політик, ***siyāhi*** чорнота, ***ferib-e bozorg*** великий обман.

Відмови (4). Загалом: 97+ 4

Для того, щоб перейти від семантичного рівня аналізу до більш абстрактного – концептуального, ми скористалися методикою концептуального аналізу, розробленою С. Жаботинською (див., наприклад: [Жаботинська 2011; Жаботинская 2013]). У концепції цієї дослідниці в ролі універсального інструментарію для моделювання розумової інформації, активованої мовними знаками, застосовуються пропозиції базисних фреймів. Базисні фрейми – це набори "інструментів" мислення – пропо-

зицій, що мають найвищий рівень узагальнення, або схемності. Тип пропозиціональної схеми визначається за її належністю до одного з п'яти базисних фреймів – предметного, акціонального, посесивного, ідентифікаційного і компаративного. Предметний фрейм об'єднує буттєві схеми – квантитативну "X є СТІЛЬКИ", квалітативну "X є ТАКЕ", локативну "X є ТАМ-місце", темпоральну "X існує ТОДІ-час" та схему способу буття "X існує ТАК". Акціональний фрейм включає акціональні схеми стану/процесу "AG-агенс діє на PT/AF-пацієнс/афектив" і каузації "CR-каузатор робить FT-фактитив". Ці схеми можуть бути розширені за рахунок аргументних ролей. Посесивний фрейм включає схеми партитивності, інклюзивності та власності. Ідентифікаційний фрейм включає схеми персоніфікації, класифікації і специфікації (або характеризації). Компаративний фрейм – схеми тотожності, схожості та подібності. Як зауважує автор цієї концепції, кількість схем обмежена, але завдяки їхній різноманітній комбінаториці можна отримати необмежену кількість різних конфігурацій концептуальних мереж [Жаботинська 2011, 4–5, Жаботинская 2013, 58–61].

Побудоване нами СП уможливило формування нижче наведеної концептуальної структури, до складу якої входять пропозиціональні схеми, що відносяться до чотирьох базисних фреймів: ідентифікаційного, предметного, акціонального та компаративного.

Ідентифікаційна схема класифікації (22 асоціати) "НЕПРАВДА є CL-класифікатор / род": род = слово (16): ***badtarin gofte*** найгірше слово (1), ***harf-e nāpasand*** неприйнятне слово (1), ***tanafforāmiztarin harf*** найненависніше слово (2), ***bayān-e xelāf-e vāqe'iyyat*** слово, що не відповідає дійсності (9), ***nagoftan-e haqiqat*** приховування істини (букв. не говоріння істини) (2); ***harf-e ziyād-i va ezafe*** багато зайвих слів (1); род = справа (6): ***kār-e nāpasand*** неприйнятна справа (1), ***kār-e zešt va nekuhide*** погана й гідна осуду справа (1), ***zešttarin kār-e motadāvel*** найогидніша дуже поширена справа (1), ***amal-e xelāf-e vāqe'iyyat*** справа, що не відповідає дійсності (3).

Ідентифікаційна схема специфікації (27 асоціатів) "НЕПРАВДА є SP-специфікатор": специфікатор = щось погане (7) ***bad*** по-

ганий (2), ***badtarin čiz-i ke vojud dārad*** найгірша річ (2), ***manfi*** негативний (1), ***āqāz-e besyār-i az badihā*** початок багатьох поганих речей (1), ***kolliye-ye har badi*** все погане (1); специфікатор = погана поведінка (6): ***vije-ye axlāqi-ye bad-e ensān*** погана риса характеру людини (5), ***tanafforbarangiztarin raftār*** найненависніша поведінка (1); специфікатор = те, що не є правдою (7): ***rāst nabāšad*** не є правдою (1), ***bigāne bā rāsti*** чужий правді (1), ***moqābel-e sadāqat, rāsti*** протилежний правді (1), ***nadāštan-e sadāqat*** відсутність правдивості (1), ***nimrāsti*** напівправда (1), ***šoru'-e enherāf*** початок відхилення від істини (1), **ferib-e bozorg** великий обман (1); специфікатор = гріх (4): ***doruqgu došman-e xodā-st*** брехун – ворог Бога (1), ***tars az xodā*** страх перед Богом (1), ***mo'men nabāyad beguyad*** правовірний не повинен казати (1); ***bozorgtarin gonāh*** найбільший гріх (1); специфікатор = поняття відносне (4): ***bā ān ke bad ast gāhi majbur-im doruq beguyim*** хоча і погано, інколи ми змушені казати неправду (3), ***amr-e nesbi*** відносне поняття (1); специфікатор = образа (1): **touhin be šo'ur-e moxātab** образа для розуму співбесідника (1); специфікатор = те, що проти людяності (1): **xelāf-e ensāniyyat** проти людяності;

Буттєва квантитативна схема (2 асоціати) "НЕПРАВДА є СТІЛЬКИ-кількість": ***xeyli ziyād*** дуже багато (1), ***doruqgu ziyād ast*** брехунів багато (1).

Акціональна схема контактної дії (24 асоціати) "AG-НЕПРАВДА діє на людину та її життя": спричиняє певне відчуття (8): ***xarāšidan-e ravān-e ensān*** мучить душу людини (1), ***beham rixtan-e ruh-e ādami*** бентежить дух людини (1), ***ehsās-e šarmandegi*** почуття сорому (1), ***stresāvare*** приносить стрес (1), ***qam va anduh*** печаль і смуток (1), ***nārāhati*** засмучення (1), ***ezterāb va negarāni barāye bar malā šodan-e doruq*** хвилювання від страху, що брехня відкриється (1), ***badtarin čiz-i ke ba'es-e tanaffor mišavad*** найгірша річ, яка викликає ненависть (1); впливає на життя (7): ***bā'es-e jodāyi mišavad*** спричиняє розставання (3), ***zendegi-rā beham mizane*** руйнує життя людини (2), ***zāye' šodan dar āyande*** зіпсоване життя в майбутньому (1), ***badbaxti*** нещастя (1); викликає недовіру (6): ***moujeb-e bi e'temādi migardad*** спричиняє недовіру в людях (4), ***az dast dādan-e e'temād be nafs***

втрата впевненості в собі (2); ображає (1): ***touhin be šo'ur-e moxātab*** образа для розуму співбесідника (1); пригноблює (1): ***setam*** гноблення (1).

Акціональна схема контактної дії + причина (6 асоціатів) "AG-ЛЮДИНА вдається до НЕПРАВДИ через CS-причини": причина = досягнення мети (2): ***be manzur-e residan be hadaf-i*** з метою досягнення якоїсь мети (2); причина = самозахист (1): ***hefāzat az xiš*** самозахисту (1); причина = бажання скористатися обставинами ***bahrebardāri az šarāyet*** бажання скористатися обставинами (1); причина = хитрощі (1): ***az ruye zerangi*** з хитрощів (1); причина = користь (1): ***manfe'at-e šaxsi*** власна користь (1).

Акціональна схема контактної дії + спосіб (2 асоціати) "AG-ЛЮДИНА ставиться до НЕПРАВДИ в такий спосіб": ***az doruq bizār-e bizār-am*** мені огидна неправда (1); ***xoš-am nemiāyad*** мені не подобається (1).

Компаративна схема схожості / аналогії (14 асоціатів) "НЕПРАВДА є як AN-корелят": корелят = шлях втечі (3): ***rāh-e goriz*** шлях втечі (1), ***rāh-e farār az mojāzāt*** шлях втечі від покарання (1), ***farār az vaz'iyyat-e fe'li*** втеча від наявного стану речей (1); корелят = бруд (3): ***čerk*** бруд (1), ***kasif*** брудний (1), ***mādar-e palaši*** матір нечистоти (1); корелят = знаряддя (3): **mesl-e čāqu** як ніж (1), **mesl-e xanjar** як кинджал (1), **abzār-e har ensān-e nātavān** інструмент слабкої людини (1); корелят = людина (2): **mesl-e qātel-e bāvar** як убивця віри (1); **siyāsatmadār** політик (1); корелят = чорнота (1): **siyāhi** чорнота (1); корелят = одяг (1): **jāme-ye nāmonāseb barāye kalām** непридатний одяг для висловлювання (1).

Подальшим кроком нашого аналізу стала когнітивна інтерпретація даних, отриманих у ході обох етапів експерименту. Основу цієї процедури складають когнітивні операції, які основоположник когнітивної граматики Р. Ленекер називає факторами "конструювання (construing)" змісту мовного виразу [Langacker 2008, 55; Жаботинская 2013, 65]. Найбільше значення при цьому має фактор *промінантності*, який визначається як акцентованість, виділеність тих елементів, на які ми звертаємо найбільшу увагу. На акцентованість компоненту вказує кількісний показник – число контекстів, в яких він фігурує [Жаботинская 2013,

65]. Під час когнітивної інтерпретації ми підсумували всі ненульові асоціати та тлумачення й виходили з їхньої загальної кількості – 198 одиниці. Отже, за результатами проведеного психолінгвістичного експерименту концепт НЕПРАВДА у перській мовній свідомості має такий зміст:

"НЕПРАВДА – **це негативне явище в житті людини (82)**, яке постає як щось погане (23), слово (14) або справа (6), які не відповідають дійсності (12), протистоять правді (11) та людяності (1). Схильність до неправди сприймається як огидна (6), аморальна (1) риса характеру (5), поведінка (2) або звичка (1) людини, до якої вона вдається **з певних причин (20):** через бажання уникнути покарання за скоєне (5), страх (4), відсутність упевненості в собі (3). Крім цього, неправду говорять бажаючи досягти якоїсь мети (2), отримати користь (2), схитрувати (1), скористатися обставинами (1), через необізнаність (1) або з метою самозахисту (1). **Неправда кваліфікується як (23):** гріх (7), бо той, хто каже неправду, – ворог Бога (1) або пов'язаний із силами зла (1), зрада (3), помилка (2), слабкість (2), трагедія (1), безсоромність (1), розпуста (1), низькість (1), занепад (1), компенсація (1), відсутність товариського ставлення (1). **Неправда негативно впливає на життя людини (18):** спричинює недовіру (7), розлучення (4), руйнує життя (3), приносить нещастя (2), ображає (1) та пригноблює (1) людину. **Неправда викликає негативні почуття й емоції (17):** ненависть (6), занепокоєння (2), сором (1), стрес (1), печаль (1), знервованість (1), засмучення (1), тривожність (1), відразу (1), біль (1), хвилювання від страху, що брехня відкриється (1). **Попри все це, неправда існує (15):** вона сприймається як поняття відносне (1) і навіть необхідне (1), бо людина є людина (1), і всі ми змушені інколи казати неправду (3). Брехні в житті багато (3), в тому числі в Ірані (1); брехати можуть: політики (2), Ахмаді Нежад (1), дідусь (1), власник магазину (1). **В образному відношенні (23)** неправда асоціюється з: темрявою (8), брудом (8), смертю (2), знаряддям вбивства (2), вбивцею (1), ключем (1), непридатним одягом для висловлювання (1)".

З метою повнішої експлікації когнітивних ознак перського концепту ПРАВДА на другому етапі експерименту в ролі стимулу для тлумачень ми обрали не слово **rāsti** *правда*, як це було в АЕ, а спільнокореневе з ним слово **rāst**, яке згідно зі словниковими дефініціями має такі значення: 1) прямий, без відхилень і кривизни; 2) такий, що відповідає дійсності; правильний; 3) праведний; 4) правий; 5) правда [Anvari 2003, 1111]. Розглянемо СП цього слова.

СП стимулу слова راست **rāst:** 1) прямий, 2) правильний, 3) праведний, 4) правий, 5) правда

І – Тлумачення, об'єднані за принципом семантичної близькості:

правильність, правдивість (22): ***dorosti*** правда, правильність (7), ***dorost*** правильний (4), ***ān če dorost ast*** те, що правильно, вірно (3), ***sadāqat*** правдивість (3), ***dorost raftan-e kārhā*** коли справи робляться правильно (1), ***har čize sahih*** все, що вірно (1), ***rāsti*** правда (1), ***rāsti-vo dorosti*** правда і правильність (1), ***sādeqāne*** правдиво (1);

бік, напрямок (12): ***moxālef-e čap*** протилежний лівому (7), ***xelāf-e jehat-e qalb dar badan*** протилежний боку, на якому розташоване серце (1), ***nešāndehande-ye jehat*** покажчик напрямку (1); ***tamāyol be in samt*** нахил у цей бік (1), ***jehat-e xošbaxti va dorosti*** напрямок щастя і правильності (1), ***jehat-i ke be maslahat-o naf'-e zendegi-ye moujudāt ast*** напрямок, який на користь всім створінням (1);

шлях (8): ***āsāntarin rāh*** найпростіший шлях (1), ***behtarin rāh barāye anjām-e kār*** найкращий шлях, щоб зробити справу (1), ***rāh-e xodā*** шлях Бога (1), ***rāh-i ke az ān qāfel našim*** шлях, яким нам не слід нехтувати (1); ***rāh-e soxan-o amal-e dorost*** шлях правильного слова і справи (1), ***rāh-i ke hič zarar-i dar ān nist*** шлях, на якому немає жодної шкоди (1); ***serat-e mostaqim*** прямий шлях (коран.) (1), ***masir-e asli*** головний шлях (1);

істина *haqiqat* (8): ***haqiqat*** істина (7), ***har ān čiz-i ke haqiqat ast*** все, що є істинним (1);

дійсність, реальність (7): ***čiz-i ke vāqe'iyyat dārad*** що відповідає дійсності (6), ***čiz-i ke vāqe'yi ast*** те, що є дійсним, реальним (1);

добро, гарне (6): ***xubi va niki*** добро (1), ***xāme-ye 'amāl*** найкращі вчинки (1), ***har un čiz-i ke xub bāše ādam-ro pašimun nakone*** все гарне, що не призводить людину до розчарувань (1), ***raftār-e xub-e ensān*** гарна поведінка людини (1), ***ye čiz-e xub ke vāse-ye mā ma'ni šode*** щось гарне, що нам роз'яснили (1), ***ehsās-e xub*** гарне почуття (1);

протилежний неправді і поганому (5): ***moxālefe doruq*** протилежний неправді (4), ***moxālef-e bad*** протилежний поганому (1);

політика (4): ***jabhe-ye rāst dar siyāsat*** праве крило в політиці (1), ***mohāfezekār*** консерватор (1), ***hezb-e siyāsi-ye rāstgarāhā*** політична партія правих (1), ***efrāti*** екстреміст (1);

чистота, білизна (4): ***pāki*** білизна (1), ***pāki va sefidi-ye qalb-e ensānha*** чистота та білизна сердець людей (1), ***fleš-e sefidrang-i ru-ye tāblu-ye ābirang*** білий спалах на блакитному табло (1); ***sāf va bi qaš*** чистий і прозорий (1);

слово (3): ***harf-e rāst-rā bāyad az kudak šenid*** правдиве слово слід слухати від дитини (1), ***harf-i ke sādeqāne ast*** слово, яке і є правдивим (1), ***maqaddastarin vāje*** найбільш священне слово (1);

прямий (2): ***mostaqim*** прямий (1), ***mostaqim bedun-e pič*** прямий, без поворотів (1);

пріоритет (2): ***oulaviyyat dārad*** має пріоритет (1), ***oulaviyyat-e man*** мій пріоритет (1);

досконалість (2): ***sāye-ye kamāl-e ruh*** тінь досконалості духу (1), ***kāmel*** досконалий (1);

складне (2): ***čiz-e besyār saxt-i ast*** щось дуже складне (1), ***rāstguyi saxt ast*** говорити правду важко (1);

II – Одиничні тлумачення:

ertebāt-e sālem beyn-e ensānhā здорові стосунки між людьми, ***ensān budan*** бути людиною, ***boland*** високий, ***be sa'ādat tamām mišavad*** приводить до щастя, ***talx*** гірка, ***tu zāt-e mā nist*** немає в нашій природі, ***joz rāst našāyad goft / har rāst nabāyad goft*** Крім правди не варто нічого говорити, але кожну правду не треба говорити, ***dast-e rāst dar rānandegi*** правило правої руки у водінні, ***dust dāštan*** любити, ***zibāyi*** краса, ***mehrabāni*** доброта, ***falsafe-ye āfarineš-e jahān*** філософія створення світу, ***hedāyat*** наставництво, ***yekrangi va zendegi*** щирість і життя.

Відмови (7). Загалом: 101+7

Отже, аналіз цього СП показав, що тлумачень, які експлікують ЛСВ 1 "прямий, без відхилень і кривизни", виявлено всього 2 одиниці: ***mostaqim*** *прямий* та ***mostaqim bedun-e pič*** *прямий, без поворотів*, які передають вказане значення в прямому сенсі. До цієї ж групи ми віднесли одиничне тлумачення у вигляді слова ***boland*** *високий* на підставі словникової дефініції дієслова ***rāst šodan*** *– випрямлятися, стояти прямо і вертикально* [Anvari 2003, 1112]. До реалізації ЛСВ 2 "правильний" були зараховані всі одиниці зі словом ***dorost*** *правильний*, його похідними та синонімами (16 одиниць). Очевидно, що ЛСВ 3 "праведний" експлікують 8 одиниць під рубрикою **шлях**, а також такі одиничні тлумачення, як: ***ertebāt-e sālem beyn-e ensānhā*** *здорові стосунки між людьми* (1), ***ensān budan*** *бути людиною* (1), ***be sa'ādat tamām mišavad*** *приводить до щастя* (1). ЛСВ 4 "правий" репрезентує група одиниць під рубрикою **бік, напрямок** (12). При цьому 10 одиниць відтворюють пряме значення ЛСВ "правий" (***moxālef-e čap*** *протилежний лівому* (7) тощо), а дві інші – переносне: ***jehat-e xošbaxti va dorosti*** *напрямок щастя і правильності*, ***jehat-i ke be maslahat-o naf'-e zendegi-ye moujudāt ast*** *напрямок, який на користь всім створінням*. До реалізації цього ж ЛСВ ми віднесли одиночне тлумачення: ***dast-e rāst dar rānandegi*** *правило правої руки у водінні*, а також усі одиниці рубрики **політика** (4).

До реалізації ЛСВ 5 "правда" ми зарахували групи **істина** (8), **дійсність, реальність** (7), **протилежний неправді і поганому** (5), **слово** (3), **пріоритет** (2), **досконалість** (2), **складне** (2); слова групи **правильність, правдивість** (6): ***sadāqat*** *правдивість* (3), ***rāsti*** *правда* (1), ***rāsti-vo dorosti*** *правда і правильність* (1), ***sādeqāne*** *правдиво* (1); а також одиночні тлумачення: ***talx*** *гірка*, ***tu zāt-e mā nist*** *немає в нашій природі*, ***joz rāst našāyad goft / har rāst nabāyad goft*** *Крім правди не варто нічого говорити, але кожну правду не треба говорити*, ***falsafe-ye āfarineš-e jahān*** *філософія створення світу*, ***hedāyat*** *наставництво*, ***yekrangi va zendegi*** *щирість і життя*. До цієї ж групи ми віднесли всі одиниці під рубриками **добро, гарне** (6), **чистота, білизна** (4), а також слова ***dust dāštan*** *любити*, ***zibāyi*** *краса*, ***mehrabāni*** *доброта*

– на тій підставі, що вони фігурували в АЕ як реакції на слово-стимул ***rāsti*** *правда*. Співвідношення різних ЛСВ у структурі слова ***rāst*** за результатами експерименту показано в таблиці 3.

Таблиця 3

Співвідношення різних ЛСВ у структурі слова *rāst*

№	ЛСВ	Об'єднані у підгрупи та одиночні тлумачення	Всього	%
1	правда	**haqiqat** (8), **vāqe'iyyat** (7), **xubi** (6), **moxālef-e doruq va bad** (5), **pāki va sefidi** (4), **harf** (3), **sadāqat** (3), **oulaviyyat** (2), **kamāl** (2), **saxt** (2), **rāsti** (1), **rāsti-vo dorosti** (1), **sādeqāne** (1); **zibāyi** (1), **hedāyat** (1), **talx** (1), **tu zāt-e mā nist** (1), **joz rāst našāyad goft / har rāst nabāyad goft** (1), **falsafe-ye āfarineš-e jahān** (1), **dust dāštan** (1), **mehrabāni** (1), **yekrangi va zendegi** (1).	54	53,47
2	праведний	**behtarin rāh** (8), **ertebāt-e sālem beyn-e ensānhā** (1), **ensān budan** (1), **be sa'ādat tamām mišavad** (1).	11	10,89
3	правильний	**dorosti** (7), **dorost** (4), **ān če dorost ast** (3), **dorost raftan-e kārhā** (1), **har čize sahih** (1)	16	15,84
4	правий	**moxālef-e čap** (12), **dast-e rāst dar rānandegi** (1); **siyāsat** (4)	17	16,83
5	прямий	**mostaqim** (2), **boland**	3	2,97

Як бачимо, за результатами експерименту ЛСВ "правда" складає 53,47 % від усіх ЛСВ слова ***rāst***. Тепер, на тій підставі, що такі слова, як: **dorosti**, **ensān**, **sa'ādat, mostaqim** та ін., які репрезентують ЛСВ 2, ЛСВ 3 і ЛСВ 5 слова ***rāst***, були зафіксовані як асоціати на слово-стимул ***rāsti*** *правда* під час проведення АЕ, ми сумуємо всі вказані одиниці, додамо два тлумачення з групи "напрямок" (***jehat-e xošbaxti va dorosti*** *напрямок щастя і правильності*, ***jehat-i ke be maslahat-o naf'-e zendegi-ye moujudāt ast*** *напрямок, який на користь всім створінням*) і отримуємо загальну кількість тлумачень – 86.

Враховуючи те, що всі надані на слово ***rāst*** тлумачення вкладаються в ідентифікаційну та компаративну схеми, перейдемо одразу до когнітивної інтерпретації концепту ПРАВДА, виходячи з загальної суми усіх ненульових асоціатів на слово ***rāsti*** та вільних тлумачень слова ***rāst*** – 187. Отже, за результатами проведеного психолінгвістичного експерименту концепт ПРАВДА у перській мовній свідомості має такий зміст:

"ПРАВДА – **це позитивне явище в житті людини (87)**, що співвідноситься перш за все з правильністю та праведністю (42), добром (23), істиною (10); є таким, що відповідає дійсності (7), простоїть неправді й всьому поганому (5). **Правда у свідомості персів пов'язана з (24):** коханням (6), красою (4), мораллю і наставництвом (3) та такими якостями людини, як щирість (3), досконалість (2), однодумність (1), доброта (1), довіра (1), достоїнство (1), привітність (1) та здорові відносини (1). **Шлях правди (14)** – найлегший та найкращий шлях (6), яким люди мають рухатися прямо (5) у бік щастя (2) та всезагальної користі (1). **В релігійному сенсі (12)** правда пов'язана з Богом (5), Кораном (2), з поняттями давньоіранської релігії зороастризму: райський (1), янгол (1), Зороастр (1), закон стародавніх іранців (1), філософія створення світу (1). **Казати правду (9)** – значить бути людиною (2). Правда має бути пріоритетом (2), хоча часом її казати важко (2), бо вона може бути гіркою (1). Правдиве слово (1) є священним (1). **Правду можна почути (7)** від матері (2), подружжя (2), одного із знайомих (1), великих людей (1) і вчених (1). **З іншого боку (5)**, правда – це поняття відносне (1), бо народна мудрість учить: "не кожну правду варто казати" (1) та "правду можна почути лише з вуст дитини" (1). Є думка, що правди немає взагалі в природі іранців (1), а казати правду – це дурість (1). **В образному відношенні (29)** правда асоціюється з чистотою та білим кольором (19), світлом (6), квіткою (3), водою (1)".

Таким чином, у проведеному дослідженні ми намагалися показати, яким чином дані, отримані шляхом проведення психолінгвістичного експерименту, можна інтерпретувати за допомогою методологічних здобутків когнітивної лінгвістики. Головне завдання у такому разі полягає не лише у формальній чи тематичній класифікації асоціативних реакцій за ступенем частотно-

сті, а й у реконструкції певних концептуальних структур у свідомості мовців. Саме такий підхід, заснований на когнітивній інтерпретації результатів психолінгвістичного експерименту, може сприяти кращому розумінню того, яким чином функціонує мовна свідомість носіїв певної мови та культури.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Белянин В. П.* Психолингвистика : Учебник / В.П. Белянин. – М. : Флинта : Московский психолого-социальный институт, 2003. – 232 с.

2. *Бойс М.* Зороастрийці : Верования и обычаи / М. Бойс; [Пер. с англ. и прим. И. М. Стеблин-Каменского]. – 4-е изд., испр. и доп. – СПб : Азбука-классика; Петербургское Востоковедение, 2003. – 352 с.

3. *Болдырев Н .Н.* Концептуальное пространство когнитивной лингвистики / Н.Н. Болдырев // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2004. – № 1. – С. 18–36.

4. *Бутакова Л. О.* Значение слова как достояние индивида (на примере этически значимых лексем правда / ложь) / Л.О. Бутакова // Вестник КемГУ. – 2012. – № 4 (52). Т. 1. – С. 198–204.

5. *Горошко Е. И.* Интегративная модель свободного ассоциативного эксперимента / Е. И. Горошко. – Харьков; Москва : РА-Каравелла, 2001. – 320 с.

6. *Жаботинская С. А.* Имя как текст : концептуальная сеть лексического значения (анализ имени эмоции) / С. А. Жаботинская // Когниция, коммуникация, дискурс. – 2013. – № 6. – С. 47–76.

7. *Жаботинська С.* Лексичні поля й нелінійна динаміка когнітивних структур // Вісник Львівського університету. Серія філологічна. – 2011. – Випуск 52. – С. 3–11.

8. *Залевская А. А.* Значение слова через призму эксперимента / А. А. Залевская. – Тверь : Тверской гос. ун-т, 2011. – 240 с.

9. *Мартінек С.* Емпіричні й експериментальні методи у сучасній когнітивній лінгвістиці / С. Мартінек // Вісник Львівського університету. Серія філологічна. – 2011. – Випуск 52. – С. 25–32.

10. *Селіванова О. О.* Сучасна лінгвістика: напрями і проблеми: Підручник / О.О. Селіванова. – Полтава : Довкілля-К, 2008. – 712 с.

11. *Стернин И. А.* Психолингвистика и концептология // Вопросы психолингвистики. – 2007. – № 5. – С. 37–46.

12. *Щерба Л. В.* О трояком аспекте языковых явлений и об эксперименте в языкознании / Л.В. Щерба // Щерба Л. В. Языковая система и речевая деятельность. – Л. : Наука, 1974. – С. 24–39.

13. *Langacker R.W.* Cognitive Grammar. A basic introduction / R.W. Langacker. – New York : Oxford University Press, 2008. – 562 p.

14. *Talmi L.* Toward a Cognitive Semantics: Concept Structuring Systems / L. Talmy // Talmi L. Toward a Cognitive Semantics. In 2 v. – Cambridge, MA : MIT Press, 2000. – V.1. – 558 p.

15. РАС – Русский ассоциативный словарь. В 2 т. / Ю.Н. Караулов, Г.А. Черкасова, Н.В. Уфимцева, Ю.А. Сорокин, Е.Ф. Тарасов. Т. I. От стимула к рекции: Ок. 7000 стимулов. –М. : АСТ-Астрель, 2002. – 784 с. Т. II. От стимула к рекции : Более 100 000 реакций. – М. : АСТ-Астрель, 2002. – 992 с.

16. УАС – Український асоціативний словник. В 2 т. / Укладач С. Мартінек. Т. 1 : Від стимулу до реакції. – Львів : Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2007. –344 с. Т. 2 : Від реакції до стимулу. – Львів : Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2007. – 468 с.

17. Deese J. The Structure of associations in language and Thought / J. Deese. – Baltimore : The Johns Hopkins Press, 1965. – 216 p.

18. МС – Мифологический словарь / Гл. ред. Е.М. Мелетинский. – М. : Советская энциклопедия, 1991. – 736 с. – С. 197

19. Anvari 2003. فرهنگ فشرده سخن / به سرپرستی حسن انوری. – تهران: سخن، 1382. – 2 ج

Стаття надійшла до редакції 27.04.15

Е. В. Мазепова, канд. филол. наук, доц.
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

Концептуализация бинарной оппозиции *правда-ложь* в персидском языковом сознании

В статье на материале результатов психолингвистического эксперимента исследуется концептуальная структура и содержание бинарной оппозиции ПРАВДА-ЛОЖЬ в языковом сознании носителей персидского языка. Показано, каким образом полученные данные можно интерпретировать, используя методологический аппарат когнитивной лингвистики.

Ключевые слова: *бинарная оппозиция, психолингвистический эксперимент, стимул, реакция, концептуальная структура, когнитивная интерпретация.*

O. Mazepova, Cand.Phil.Sci., Associate Professor
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

Conceptualization of the *truth-lie* binary in the Persian lingual consciousness

The article explores the conceptual structure and content of the binary opposition of TRUTH-LIE in the lingual consciousness of the speakers of modern Persian on the basis of the results of a psycholinguistic experiment. It is shown how the received data can be interpreted within the methodological apparatus of Cognitive Linguistics.

Keywords: *binary opposition, psycholinguistic experiment, stimulus, response, conceptual structure, cognitive interpretation.*

УДК: 81'42

Б. І. Маленький, асп.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка

АРГУМЕНТАЦІЯ У КОНТЕКСТІ УСНОЇ КОМУНІКАЦІЇ: КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЯ ПОНЯТТЯ ТА МЕТОДИ ЕМПІРИЧНОГО ЛІНГВІСТИЧНОГО АНАЛІЗУ

У статті розглянуто еволюцію теоретичних підходів до трактування феномену аргументації як варіанту вираження міжособистісної комунікації. Крім того, здійснюється огляд основних методологічних принципів емпірично-орієнтованого лінгвістичного аналізу процесу аргументації у контексті усної комунікації діалогічного характеру.

Ключові слова: *аргументація, усне мовлення, усна міжособистісна комунікація, дискурс, інституціональна та повсякденна комунікація, аргументативні та комунікативні стратегії, мовленнєвий акт, фаховий дискурс.*

Аргументація як явище охоплює чимало комунікативних контекстів та сфер людської діяльності, починаючи від повсякденного неформального спілкування й закінчуючи жорстко уніфікованою формальною комунікацією у межах визначеного соціального інституту. За своєю суттю аргументація є надзвичайно комплексним, багатоплановим і неоднорідним поняттям і може розглядатись з логіко-філософської, лінгвістичної, комунікативної та соціальної перспективи.

Актуальність дослідження аргументації у контексті усної міжособистісної комунікації обумовлене тим фактом, що з прагматичним поворотом у лінгвістичній науці відбувається переосмислення самої суті поняття аргументації, яка переважно починає розглядатись з перспективи комунікативної парадигми й визначається як комплексна комунікативно-мовленнєва діяльність. Попри переважно емпіричний характер більшості сучасних лінгвістичних досліджень аргументації, на сьогодні ми не маємо загальноприйнятих чітких методологічних принципів та критеріїв ідентифікації та аналізу аргументації як виду комунікативної діяльності.

Метою цієї статті є огляд основних теоретичних та методологічних підходів до аналізу аргументації як виду комунікатив-

ної діяльності через призму усного міжособистісного спілкування, що у свою чергу дозволить виокреслити чіткий теоретичний інструментарій дослідження усної вербальної інтеракції у межах дискурсів аргументативного характеру.

Матеріалом дослідження є новітні методи та підходи до інтерпретації й аналізу аргументації у межах загальної теорії аргументації, а також доробки вітчизняних та зарубіжних авторів з емпірично-орієнтованого лінгвістичного аналізу аргументації як різновиду комунікативної та дискурсивної діяльності.

Поняття "аргументація", під яким у найбільш широкому розумінні слова ми розуміємо процес обґрунтування людиною певного положення (твердження, гіпотези тощо) з метою переконання в його істинності чи слушності, загалом має комплексний характер й, залежно від сфери наукових знань, може визначатись та інтерпретуватись по-різному. Утвердження новітньої теорії аргументації як самостійної галузі наукових знань і досліджень відбулося на основі античної теорії аргументації та було досягнуто спільними зусиллями філософів, формальних і неформальних логіків, соціологів та лінгвістів, які займалися проблемами вивчення міжособистісної комунікації, поступово залучаючи принципи інтердисциплінарного підходу до дослідження аргументації як соціального комунікативного процесу. Утім, аж до середини XX ст. теорія аргументації ґрунтувалась виключно на принципах та засадах логіки та риторики. Як наслідок, аргументація розглядалась переважно з монологічної перспективи, а її лінгвістичний аналіз зводився до виявлення логічно-іманентних зв'язків між окремими аргументами, твердженнями, умовиводами тощо.

З комунікативним поворотом у лінгвістичній та філософській науці XX ст. аргументація починає досліджуватись через призму діалогічної мовленнєвої взаємодії. Як зазначає Й. Бюкер, більшість лінгвістичних робіт, які вивчають феномен аргументації, донедавна мали виключно теоретичний характер, тоді як найновіші дослідження у цій сфері переважно побудовані на емпіричних даних. [Й. Бюкер 2004, 4]. Цей поступальний розвиток у інтерпретації аргументації можна пояснити, по-перше, еволюцією загальних методологічних принципів аналізу мовних явищ та

процесу міжособистісної комунікації, а, по-друге, переосмисленням самої суті аргументації як мовного явища. Водночас відбувається зміщення фокусу дослідження з письмових текстів і поступово аргументація починає аналізувати через призму усної комунікації. Як наслідок аналіз аргументації стає неможливим без системного опису комунікативного процесу, зануреного у визначений соціокультурний контекст дискурсивного характеру.

Водночас лінгвісти зіштовхнулись з проблемою відсутності чітких методологічних критеріїв та практичного інструментарію дескриптивного аналізу аргументації як варіанту реалізації міжособистісної комунікації. Однією зі спроб вироблення згаданих критерії стає прагма-діалектична теорія представників амстердамської школи Ф. ван Еемерена та Р. Гротендорста. Прагма-діалектика, розглядаючи аргументацію з діалогічної та соціальної перспективи, пропонує нам виражено нормативну раціонально-орієнтовану модель трактування та аналізу аргументативної комунікативної іяльності на прикладі моделі критичної дискусії. Запропонована модель має виражено нормативний характер й, синтезувавши теоретичні доробки неформальної логіки та теорії мовленнєвих актів, прагма-діалектична модель визначає 5 основних етапів перебігу дискусії, а також характерні для кожного з них типи мовленнєвих актів та їх комунікативну функцію. Крім того, автори прагма-діалектичної теорії висувають 10 правил щодо передумов та аспектів здійснення комунікативно-аргументативної інтеракції. Таким чином прагма-діалектична модель трактує процес аргументації як ідеально-типову послідовність визначених фаз та стадій комунікативної взаємодії між учасниками дискусії, на кожній з яких комуніканти можуть залучати визначений набір мовленнєвих актів, при цьому чітко дотримуючись конститутивних правил ведення критичної дискусії. Важливим аспектом прагма-діалектики є також концептуалізація аргументації як комплексного мовленнєвого акту, що складається з низки простих актів, визначаючи таким чином процес аргументації як комунікативну діяльність з виражено інтенційним характером.

Безумовно, пргагма-діалектична теорія є надзвичайно важливим внеском у теорію аргументації, особливо з огляду представ-

лення конкретних критеріїв аналізу аргументації з дискурсивної перспективи. Утім, важко не помітити, що модель критичної дискусії, має виражено ідеально-типовий характер, й, відповідно, може бути залучена у дуже вузькому спектрі комунікативних контекстів. Також прагма-діалектична теорія загалом недостатньо зважає на прагматичні аспекти перебігу комунікації. І ,нарешті, надзвичайно проблемним є той факт, що, на противагу до позиції прагма-діалектики, у реальній комунікації визначені аргументативні дії досить часто мають імпліцитний характер. А. Депперманн взагалі ставить під сумнів ефективність і можливість традиційного аналізу аргументації, оперуючи прийнятими у філософській та лінгвістичній думці поняттями та функціональними ролями типових для процесу аргументації складових, як-от: аргумент. логічний висновок і т. д., адже у мовленнєвій практиці вони досить часто не мають прямого вираження, а аналіз аргументації зводиться до суб'єктивного процесу інтерпретації [А. Депперманн 2003, 18]. Тому, альтернативою до раціонально- та формально-орієнтованих принципів дослідження аргументації є дескриптивний аналіз реальної комунікації у межах чітко визначеного комунікативного контексту з урахуванням спектру психологічних, когнітивних, соціальних та інших факторів, які, безумовно, визначають характер побудови та перебігу аргументації як форми ситуативного вираження міжособистісної комунікації.

Одним з таких підходів стає конверсаційний аналіз, який є поєднанням етнометодологічних, лінгвістичних та феменологічно-орієнтованих соціологічних й виражено емпіричних принципів інтерпретації комунікативного процесу. У фокусі лінгвістично-орієнтованого конверсаційного аналізу знаходяться не мовні й мовленнєві одиниці та структури, а, насамперед, мова йде про реконструкцію звичних процесів атрибуції змісту, які реалізуються у межах діалогічного мовлення, а також аналізу контекстуальних умов інтеракції у ситуативних рамках діалогу. Таким чином конвертаційний аналіз стає науково обґрунтованим підходом й методологічною базою системного висвітлення процесу діалогічного спілкування з огляду на організацію розмови, виконання контекстуально визначених та утверджених вже безпосередньо у процесі мовленнєвої інтеракції комунікативних ролей. Відповідно

аргументація у контексті діалогічного чи полілогічного усного мовлення, трактується з позиції конвестаційного аналізу як комплекс комунікативних дій, занурених у визначений суспільно-інституційний комунікативний контекст, які реалізуються в процесі комунікації шляхом послідовного поєднання окремих мовленнєвих актів. Таким чином, у центрі лінгвістичного та прагматичного аналізу зосереджуються не мовні форми реалізації окремих мовленнєвих актів, а, насамперед, типові зразки послідовного поєднання цих мовленнєвих актів у визначених комунікативних ситуаціях. Наприклад, секвенція запитання-відповідь, звинувачення-виправдання, структура послідовності мовленнєвих актів при аргументації тощо. [К. Брінкер 2006, 18].

Варто зазначити, що серед існуючих дескриптивних підходів до інтерпретації аргументації чітко простежується зміна фокусу аналізу з кінцевого продукту аргументації безпосередньо на сам процес перебігу комунікативної інтеракції аргументативно характеру у його динамічній проекції з метою опису її реального вербального та екстра-вербального вираження. Одним з варіантів комунікативно-інтеракційного аналізу процесу аргументації є модель, запропонована Т. Шпранцом-Фоґасі, згідно з якою співрозмовники у процесі аргументації комунікативно взаємодіють на шести різних дискурсивних підрівнях:

1. Рівень організації дискурсивної взаємодії.
2. Рівень утвердження структури комунікативних дій.
3. Рівень вираження змісту аргументації.
4. Рівень вираження мовної особистості та соціальних зв'язків.
5. Рівень інтерактивної модальності.
6. Рівень обопільного забезпечення правильного розуміння суті комунікації.

Перші 2 рівні визначають контекстуальні рамки здійснення аргументації: соціально-культурний, тематичний, та інституційний контекст комунікації, соціальні, інституційні та комунікативні ролі учасників дискусії і т.д., що передують безпосередньо комунікативній інтеракції між співрозмовниками й наперед визначають характер перебігу цієї взаємодії. Сам процес аргументації, як комплексної мовленнєвої дії обґрунтування власної позиції, змістовно розгортається на третьому рівні, де представля-

ється суть питання, про яке дискутується, позиції комунікантів, тощо. На 4 та 5 рівнях, відповідно, шляхом залучення контекстуально визначених вербальних та екстра-вербальних засобів відбувається утвердження соціальних-комунікативних взаємозв'язків між учасниками дискусії, адже дискурсивний контекст визначає лише основоположні рамки композиційної побудови та характеристики перебігу комунікації. Решта аспектів соціально-комунікативної взаємодії між комунікантами утверджуються вже безпосередньо під час мовленнєвої інтеракції.

Як уже зазначалось раніше, у більшості сучасних процесуально-орієнтованих підходів до концептуалізації аргументації переважає теза про те, що аргументацію варто аналізувати як комунікативну діяльність та динамічний процес, спрямований на переконання, а також як сукупність прийомів для захисту точки зору перед аудиторією. Тобто за своїм характером аргументація має виражений комунікативний та прагматичний характер, адже є, по суті, засобом досягнення визначених комунікативних цілей. Як наслідок, аргументацію як комунікативний процес можна і варто розглядати з теоретичних позицій функціональної прагматики та теорії мовленнєвих актів.

Відповідно, якщо діалектичні та структурно-орієнтовані теорії інтерпретують аргументацію як форму простого трьохрівневого висловлювання (теза-аргумент-висновок), то з позиції функціональної прагматики аргументація – це складний комплекс ілокутивних актів, що мають чіткий інтенційний характер та адресованість. Емпірично-дескриптивний аналіз реальних форм реалізації аргументативного дискурсу з позиції прагмалінгвістики дозволяє виділити конкретні типи та послідовності мовленнєвих актів, з допомогою яких формально виражається аргументативна мовленнєва діяльність у визначених комунікативних контекстах.

На прикладі дескриптивного аналізу усної аргументації в інституційно-контекстуальних рамках німецької теле-дискусії, А. Янел виділяє наступні види типових комунікативно-мовленнєвих актів, що утворюють основу аргументативної мовленнєвої діяльності диспутантів: "заперечення", "погодження", "ствердження", "настанова", "повчання", тощо. [А. Янел 2000,13]. І хоча автор

визнає той факт, що через комплексність структури теле-дискусії досить тяжко однозначно визначити окремі аргументативні кроки, адже вони часто мають імпліцитній характер, утім, як доводять прагматично-орієнтовані дослідження аргументативного дискурсу, у практичному мовленні аргументативо-комунікативна діяльність завжди реалізуються у формі послідовності низки аргументативних кроків, які у свою чергу є сукупністю окремих мовленнєвих актів.

На основі твердження про характер аргументації як складного комплексу комунікативно-мовленнєвих актів низка лінгвістів пропонує власний варіант концептуалізації типів та послідовності мовленнєвих актів, які утворюють мета-акт аргументації. Зокрема, варто згадати модель Д. Олінгер, яка загалом виділяє 30 типових аргументативних категорій, які використовують комуніканти у контексті модерованої дискусії. [Д. Олінгер; 2003, 65]. Кожна зі згаданих категорій за своєю суттю є нічим іншим як окремим мовленнєвим актом, як-от: "стверджувати", "пояснювати", "конкретизувати", "заперечувати", "робити пропозицію" тощо. Або ж сукупністю кількох ілокутивних актів для досягнення визначених комунікативних цілей на кожному з етапів дискусії. Деякі вчені прирівнюють аргументативну мовленнєву діяльність у контексті усної дискусії виключно до обґрунтування власної позиції чи точки зору, визначаючи мовленнєвий мета-акт "обґрунтування" комунікативним ядром дискурсу цього типу [А. Янел 2000, 47].

Крім того, аналіз аргументації як комунікативної дії може бути здійсненим з дидактичної перспективи через призму поняття "мовленнєва компетенція". Виходячи з розуміння аргументації як комунікативно-мовленнєвої дії, Е Ґрундлер відстоює тезу про те, що поняття "комунікація" та "аргументація" є нероздільними, й на основі цього твердження пропонує власний варіант моделі аргументативної компетенції, яка може розглядатись, як специфікація загальної комунікативної компетенції [Е. Ґрундлер 2011,43]. Індикаторами аргументативної компетенції у контексті усного спонтанного мовлення є:

1) змістова когерентність;

2) комплексність аргументації;

3) кооперативність у процесі спільного конструювання змісту комунікантами;

4) орієнтація на комунікативного партнера;

5) адекватність аргументації;

6) ефективність аргументації.

І, хоча, деякі з наведених індикаторів є досить неоднозначними для трактування, утім, наведена модель знаходить своє застосування у кількох контрастивних студіях у контексті аналізу навичок аргументування в усній комунікації носіїв та не носіїв німецької мови[4].

Підсумовуючи, варто зазначити, що новітні підходи до лінгвістичного аналізу аргументації загалом зводяться до її дослідження на прикладі комунікації, зануреної у визначений соціокомунікативний та інституційний контекст, відмовляючись від принципів формальної логіки та структурно-орієнтованих теорій, які здебільшого зосереджувались на висвітленні структурно-іманентних зв'язків між окремими аргументами. Ґрунтуючись на принципах дискурсивного аналізу та інших теоретично обґрунтованих методах дослідження комунікативного процесу, зокрема конверсаційного аналізу, аргументація як варіант комунікативної діяльності, як правило, розглядається щонайменше на кількох дискурсивних рівнях (змістовому рівні, рівні конструювання та вираження соціальних зв'язків тощо).

Крім того, надзвичайно важливим питанням в процесі аналізу аргументації є експлітизація аргументативної мовленнєвої діяльності як такої, а також ідентифікація окремих аргументативних кроків та дій у контексті усної комунікації. Залучивши теоретичні положення функціональної прагматики, з позиції котрої аргументація визначається як комплексний метакомунікативний акт діалогічного, соціального, стратегічного та виражено інтенційного характеру, що складається з низки простих ілокутивних актів, а також лексичних, лексико-грама-

[4] Див. праці А. Янел (2000), Д. Олінгер (2003) та інш.

тичних, синтаксичних та риторичних мовних засобів, спрямованих на досягнення визначених адресантом комунікативних цілей, ми отримуємо необхідний теоретичний інструментарій для дескриптивного аналізу аргументації як комунікативного процесу. Крім того, можливими індикаторами аргументації у процесі усної комунікації є типові для цього виду комунікативної діяльності ілокутивні мовленнєві акти, визначені лексичні елементи, як-от: перформативні дієслова, модальні дієслова та частки, а також риторичні засоби та прийоми (напр. риторичні питання, апеляції, тощо), які виконують роль експлітизації аргументації як комунікативної дії.

Підсумовуючи, варто зазначити, що при залученні теоретичних позицій функціональної прагматики та теорії мовленнєвих актів до концептуалізації феномену аргументації ми отримуємо необхідний інструментарій та теоретичну базу для ідентифікації та аналізу аргументації як варіанту реалізації міжособистісної комунікації. У поєднанні з методом конверсаційного аналізу ми залучаємо таким чином необхідний інструментарій для емпіричного аналізу аргументації як діалогічного, соціокомунікативного процесу в його процесуальному, динамічному вимірі як на його мікро-, так і макроструктурному рівні.

Надзвичайно цікавим та потенційно перспективним є також аналіз комунікативно-аргументативного процесу через призму фахового чи фахово-орієнтованого усного мовлення, адже подібний аналіз дасть можливість зробити конкретні висновки щодо конструювання та реалізації аргументативного дискурсу у визначеному інституційному комунікативному контексті.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Кошеварова Ю. А.* Коммуникативно-прагматический анализ аргументативного дискурса. Автореферат дис. на соиск. учен. степени канд. филол. наук : спец. 10. 02. 04. Уфа, 2006.

2. *Селіванова О. О.* Методологічні проблеми дослідження діалогу. Одеський лінгвістичний вісник. 2013. Вип. 1. – С. 144–158.

3. *Brinker, K*. (2006). Linguistische Gesprächsanalyse: Eine Einführung.Berlin: E. Schmidt.

4. *Deppermann, A*. (2003). Gespräche analysieren. Eine Einführung, 125 S.

5. *Eemeren, F. H.* van, Grootendorst, R. (2004). A systematic theory of argumentation: The pragma-dialectical approach. Cambridge: Cambridge University Press.

6. *Grundler, E*. (2011): Kompetent argumentieren: Ein gesprächsanalytisch fundiertes Modell. Stauffenburg.-412 S.

7. *Jahnel, A*. (2000) Argumentation in internationalen Fernsehdiskussionen. München: Iudicium. – 407 S.

8. *Ohlinger, D.* (2003) Argumentation in der Erst- und Fremdsprache. Pragmalinguistische und grammatikalische Aspekte anhand von Argumentationen deutscher und litauischer Studierender.Berlin: Peter Lang. – 561 S.

Стаття надійшла до редакції 27.04.15

Б. И. Маленький, асп.
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченка

Аргументация в контексте устной коммуникации: концептуализации понятия и методы эмпирического лингвистического анализа

В статье кратко рассмотрена эволюция теоретических подходов к трактовке и концептуализации феномена аргументации как варианта выражения межличностной коммуникации. Также в статье осуществляется обзор основных методологических принципов эмпирически-ориентированного лингвистического анализа процесса аргументации в контексте устной коммуникации диалогического или полилогического характера.

Ключевые слова: *аргументация, устная речь, устная межличностная коммуникация, дискурс, институциональная и повседневная коммуникация, аргументативные и коммуникативные стратегии, речевой акт, профессиональный дискурс.*

B. Malenkyi, Postgraduate student
Institute of Philology Taras Shevchenko National University of Kiev

Argumentation in the context of oral communication: modern approaches to its conceptualization and empirical methods of linguistic analysis

This paper reviews the evolution of theoretical approaches to theoretical interpretation of argumentation as a an example of communicative and speech action within the framework of oral interpersonal communication. In addition, it summarizes the main characteristics of argumentative speech acts and offers an overview of contemporary methodological principles and approaches to empirically-based linguistic analysis of argumentation in oral communication of dialogical nature.

Keywords: *argumentation and process of reasoning, oral interpersonal communication, argumentative discourse, institutional and everyday communication, argumentative and communicative strategy, speech act, professional discourse.*

УДК 81'27=134.2=161.2

І. І. Нічаєнко, канд. філол. наук, асист.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

КЛЮЧОВІ КОНЦЕПТИ ІСПАНСЬКОЇ ТА УКРАЇНСЬКОЇ ЛІНГВОКУЛЬТУР

Розвідка грунтується на дослідженні базових концептів іспанської та української лінгвокультур РОДИНА, КРАСА, ЧЕСТЬ. Для проведення аналізу обрані прозові художні твори в оригіналі та перекладі. Висвітлюються основні складнощі перекладу за рахунок відмінностей у двох лінгвокультурах.

Ключові слова: *концепт, РОДИНА, КРАСА, ЧЕСТЬ, відповідники, переклад.*

Кожен народ є представником своєї власної лінгвокультури, яка формувалась шляхом набутого культурно-історичного досвіду усієї національної спільноти. Автор художнього твору є представником такої спільноти та, разом з колективним, демонструє одночасно своє індивідуальне світобачення.

В центрі уваги нашої розвідки – ключові концепти іспанської та української лінгвокультур у зіставному аспекті. Р. Лангакер у своїй праці стверджує, що в процесі оперування концептами реципієнт спирається на цілісні образи, а не на семантичні ознаки лексем. Завдяки такому способу сприйняття виникають культурні концепти [1]. Процес формування та видозміни концептів у свідомості представників будь-якого національно-культурного соціуму є тривалим і проходить певні стадії розвитку як у окремого індивіда, так і у цілого соціуму. Чинниками, що впливають на зміст і засоби його вербалізації, виступають соціально-економічні умови, історичні події, наявні в певну епоху естетичні та матеріальні вподобання тощо. Тож з'ясування сутності концептів, на основі яких формуються образи твору, необхідне для його адекватного відтворення в іншому мовному та культурному середовищі.

М. М. Полюжин зазначає, що у змісті такого типу концептуальних одиниць виділяються універсальні та унікальні риси. Ідіоетнічне в концептуальній картині світу підтримується інформацією наївної та художньої картин, що утворюють разом *націона-*

льну картину світу. Отже, концепт у лінгвокультурологічному розумінні – це одиниця колективної свідомості, що має мовне вираження й визначається етнокультурною свідомістю [2, с. 12].

Таким чином, художній твір ґрунтується на естетичних засадах, виходячи з яких автор передає свій досвід, світобачення, культурні цінності свого народу. Все це формує засадничі концепти твору, які у своєму синтезі формують структуру художнього тексту. Саме художня проза як своєрідний результат культурного розвитку народу є тим матеріалом, на основі якого можна скласти повне уявлення про особливості розуміння ключових концептів в ту чи іншу епоху та простежити їхню динаміку.

Одними з ключових концептів, що постають в художній літературі Іспанії та України, є FAMILIA/РОДИНА, BELLEZA/КРАСА та HONOR/ЧЕСТЬ. Для проведення нашої розвідки було обрано чотири прозові твори кінця XIX – початку XX століття ("La tía Tula" Miguel de Unamuno/ "Тітка Тула" пер. В. Шовкун; "Doña Perfecta" Benito Pérez Galdós/ "Донь Перфекта" пер. Ж. Конєва; "Зачарована Десна" Олександр Довженко/ "El Desná encantado" tr. por Román Gupalo; "Камінний хрест" Василь Стефаник/ "La cruz de la piedra" tr. por Estela Luschak). В іспанських романах "Тітка Тула" та "Донья Перфекта" поєднуються всі три концепти, особливо яскраво представлений концепт FAMILIA/РОДИНА та HONOR/ЧЕСТЬ, героїні обох романів мають гіпертрофовані почуття по відношенню до своєї родини, що в решті решт наносить шкоду не лише рідним людям, але і самому герою. Укладачі словника RAE визначають лексему FAMILIA як grupo de personas emparentadas entre sí que viven juntas/ група осіб, що мають родинні стосунки та живуть разом. Відповідно до словникової статі у тлумачному словнику української мови *сім'я* – група людей, що складається з чоловіка, жінки, дітей та інших близьких родичів, які живуть разом [3; 224.], тобто в іспанському джерелі головне це стосунки, а в українському – наявність чоловіка, жінки та дітей.

Parézcanos bien o mal, nuestra carrera es el matrimonio o el convento; tu no tienes vocación de monja [4; 76]/ *Добрим це нам*

здається чи поганим, але нас попереду чекають або шлюб або монастир. Ти не маєш покликання стати чорницею [5; 390].

La prima verá al primo, y todo será fiesta y gloria. Amanecerá Dios y medraremos [6; 73] / *Сестра побачить брата – щастю й радості не буде меж. Збудуться всі бажання, примножиться сім'я* [7; 19]. Перекладач відтворив контекстуальними відповідниками вираз ***Amanecerá Dios y medraremos*** – *Збудуться всі бажання, примножиться сім'я* хоча вираз означає, що завтрашній день принесе вирішення проблем, про примноження в сім'ї мова не йде.

Ключовим значенням лексеми honor та honra є моральні якості, що змушують поводитись відповідно до принципів та норм у суспільстві. ***El desgraciado joven en el caso de tener que disipar las dudas que acerca de su derecho surgían a cada paso. Su honra estaba comprometida, y no había otro remedio que pleitar o morir*** [6; 145]. *Пепе змушений був на кожному кроці відстоювати:свої права. Честь його була уражена, і він мусив або судитися або вмерти* [7; 73]. Перекладач вдався до кількох трансформацій, а саме використав контекстуальні відповідники та замінив безособове речення.

Наступний фрагмент доводить однакове сприйняття ситуації іспанцями та українцями: ***Nadie se casa con la precipitación que tú deseas, y qué daría lugar a interpretaciones, quizás desfavorables, a la honra de mi querida hija...*** [6; 146]. *Ніхто не одружується з таким поспіхом, Це може викликати пересуди, які заплямують честь моєї коханої доні* ...[7; 74].

У новеллі "Камінний хрест" головний герой був чоловіком відданим своїй рідній землі і коли попереду був переїзд родини до Канади, то в нього починається внутрішня боротьба за збереження своєї духовної ідентичності у еміграції. В творі тісно переплітаються концепти сім'ї та честі, все це наповнене смутком за батьківщиною: ***ціла хата заридала. Як би хмара плачу, що нависла над селом, прірвалася, як би горе людське дунайську загату розірвало – такий був плач*** [8]/*todos los presentes rompieron a llorar. Era un llanto semejante a la descarga de una nube de lágrimas, cernida hasta entonces sobre el pueblo; parecía que el dolor humano hubiera roto los diques del Danubio* [9; 78].

Відносно концептів РОДИНА та ЧЕСТЬ, то їх основні якості є константними в обох культурах, проте концепт КРАСА має свої норми та стандарти, що виражаються не лише в описах зовнішності, але й на рівні використання лексики.

Перекладач вдало застосував прийом декомпресії при перекладі ***una especie de transparencia, prescindiendo del nácar, del alabastro, del marfil*** [6; 92-93]/*перламутрово-алебастровій прозорості, в ніжному світінні обличчя кольору слонової кістки* [7; 34–35]. Такий переклад надає образу дівчини більшої витонченості та ніжності. Для української мови такі порівняння, як *перламутрово-алебастрова прозорість* та *обличчя кольору слонової кістки,* не є стертим. Наступний опис: ***una muchacha de apariencia delicada y débil*** [6; 92–93]/ *тендітна, ніжна дівчина* [7; 34–35]. При відтворенні словосполучення ***muchacha de apariencia delicada y débil/****тендітна*, *ніжна дівчина* перекладач звернувся до трансформації вилучення лексеми ***apariencia*** та застосував контекстуальний відповідник до прикметника ***débil/****ніжна*, оскільки лексема ***débil*** має значення de poco vigor o de poca fuerza [12]/слабкий, малосильний;

У фрагменті з твору В.Стефаника, перекладач замінила діалектичну мову оригіналу ***Ото-сте були хлопєнна дівка, годнасте були!*** [8]. */¡Mire que usted era moza guapa y brava!...* [9; 74], та застосувала контекстуальні відповідники *guapa y brava.*

Ознакою краси природи вважається розмаїття пейзажу та краса окремих елементів пейзажу: ***Frutas, flores, caza mayor y menor, montes, lagos, ríos, poéticos arroyos, oteros pastoriles, todo lo había en los Alamillos de Bustamante, en esta tierra bendita, la mejor y más hermosa de todas las tierras...*** [6; 74] / *Плоди, квіти, крупна і дрібна дичина, гори, озера, річки, поетичні струмочки, пасовиська на схилах – все було в Тополька Бустаманте, в цій благословенній землі, найкращій і найпрекраснішій з усіх земель…* [7; 20]….***hermosos trigos que con su lozanía y temprana madurez recreaban la vista*** [6; 75] / *гарна пшениця; стигла й густа, вона радувала око* [7; 21]. Наявні у перекладі лексичні відповідники, аналогічні оригіналу синтаксичні структури та їхні мовно-стилістичні особливості свідчать про еквівалентність пе-

рекладу іспанському оригіналу. Краса пшениці виражена через властивості її колосу та її родючість. Також пшениця є символом добробуту для обох лінгвоспільнот.

А на Десні краса! Лози, висип, кручі, ліс – все блищить і сяє на сонці.[10]/ ¡*Qué bello es el Desná! Mimbres, terraplenes, declives, el bosque. Todo brilla y resplandece bajo el sol poniente*. [11; 59].

Отже складнощі, що виникають при перекладі, найчастіше призводять до застосування контекстуальних відповідників та трансформацій лексико-граматичного характеру. При відтворенні художнього тексту перекладач обирає репродуктивні чи адаптивні стратегії перекладу. Такий вибір залежить від рівня подібності чи відмінності у сприйнятті того або іншого концепту у двох лінгвоспільнотах.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Langaker R. W*. Concept, Image and Symbol: the Cognitive Basis of Grammar / R. W. Langaker. – Berlin; New York: Mouton de Gruyter, 1990. – 395 p.

2. *Полюжин М. М.* По синкретичні теорії концепту / М.М. Полюжин // Проблеми романо-германської філології: збірник наукових праць. – Ужгород: ЛІРА, 2006. – С. 5–23.

3. Словник української мови. [В 11 т.]. Т. 9: [ред. І. С. Назарова та ін]. – К. : Наук.думка, 1978. С. 224.

3. Unamuno Miguel de. La tía Tula. Ediciones Cátedra, S.A., 1989. – Madrid. – 191p.

4. *Унамуно Мігель де*. Вибрані романи / Переклали з іспанської Ольга Маєвська та Віктр Шовкун. – Львів: Астролябія, 2012. – 576с.

5. *Benito Pérez Galdós*. Doña Perfecta / Pérez Galdós Benito [Edición de Rodolfo Cardona]. – Décima edición. – Madrid: Catedra Letras Hispánicas, 2003. – 295 p.

6. *Гальдос Б. П.* Донья Перфекта. Сарагоса / Беніто Перес Гальдос [пер. з ісп. Ж. Конєва]. – К.: Дніпро, 1978. – 350 с.

7. *Стефаник Василь*. Камінний хрест. [Електронний ресурс] Режим доступу: http://www.ukrlib.com.ua/books/printzip.php?id=108&bookid=1

8. *Stefanik Vasil*. La cruz de piedra y otras novelas. [traductora: Estela Luschak].Kiev: Editorial Dnipro, 1972. – 251p.

9. *Довженко Олександр*. Зачарована Десна. [Електронний ресурс]Режим доступу: http://www.ukrlib.com.ua/books/printzip.php?id=21&bookid=7

10. *Dovzhenko Olexandr*. El Desna encantado. [traducción por Román Gupalo]. Kiev: Editorial Dnipro, 1972. – 86p.

11. Diccionario de la Real Academia Española. [Електронний ресурс] Режим доступу: http://www.rae.es

Стаття надійшла до редакції 27.04.15

И И. Ничаенко, канд. филол. наук, ассист.
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

Ключевые концепты испанской и украинской лингвокультур

Статья основывается на исследовании базовых концептов испанской и украинской лингвокультур. Для проведения анализа выбраны оригиналы и переводы художественных произведений. Уделяется внимание основным сложностям при переводе, возникающих из-за различий в двух лингвокультурах.
Ключевые слова: *концепт СЕМЬЯ, КРАСОТА, ЧЕСТЬ, соответствия, перевод.*

I. Nichaienko, Cand. Phil. Sci., Assistant Prof.
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

Key concepts of Spanish and Ukrainian linguocultures

The article is based on the study of the main concepts of Spanish and Ukrainian linguocultures. For the analysis originals and translations of prose literature were selected. The author highlights the major difficulties of translation caused by differences in the two linguocultures.
Keywords: *concept, FAMILY, BEAUTY, HONOR, correspondences, translation.*

УДК: 81.255.4.811.134.3:811.161.2.398.91

О. В. Орличенко, канд. філол. наук, доц.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ПЕРЕДАЧА ПОРТУГАЛЬСЬКИХ ПРИСЛІВ'ЇВ І ПРИКАЗОК ЗАСОБАМИ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ

Стаття присвячена опису лінгвістичних особливостей прислів'їв і приказок португальської мови та способів їхньої передачі українською .Доведено, що при використанні методу калькування в ході перекладу приказкових висловів, необхідно користуватися не тільки традиційними семантичними методами, але й методами когнітивного аналізу
Ключові слова: *паремійні одиниці, культурна спадщина, символ, образ, калькування.*

Актуальність статті полягає в тому, що й дотепер недостатньо вивчено механізми адекватного відтворення прислів'їв і приказок португальської мови засобами української для забезпечення вихідної інтенції оригіналу, за своєю природою покли-

каного активно впливати на адресата повідомлення своєю яскравістю, стислістю та семантичною ємністю, тому метою проведеного дослідження є хоча б частково заповнити існуючі пробіли в цьому питанні.

Мета дослідження – проаналізувати семантичний потенціал португальських прислів'їв і приказок, а також виявити й описати особливості їхньої передачі/перекладу на українську мову.

Об'єкт дослідження – португальські та українські паремійні одиниці.

Предмет дослідження – специфіка способів передачі/перекладу португальських прислів'їв і приказок на українську мову.

Матеріалом для цього дослідження стали інтернет-сайти, друковані та електронні збірки прислів'їв і приказок, фразеологізмів, крилатих виразів та афоризмів на португальській та українській мовах. А оскільки багато пареміологічних одиниць дублюються практично у всіх емпіричних джерелах, включених до бібліографії, у тексті статті посилання на приклади будуть даватися вибірково [див. перелік емпіричних джерел].

Із упевненістю можна сказати, що немає нічого дивного в тім, що мовна картина світу кожної окремо взятої спільноти людей, об'єднаних мовою, історією та культурою, продовжує перебувати у фокусі досліджень сучасної лінгвістики, оскільки дозволяє дати відповідь на питання, які виникають при вивченні міжкультурних контактів. Зокрема відтворення фрагментів національної мовної картини світу дає можливість судити про систему цінностей та образ думки окремого народу, а це, у свою чергу, дозволяє знаходити вдалі еквіваленти для перекладу з однієї мови на іншу при взаємодії двох контактуючих пар. Останні дослідження лінгвістів в області інтерактивності мови та національної культури знайшли відбиття у когнітивній лінгвістиці, лінгвокультурології, етнолінгвістиці, психолінгвістиці й інших суміжних лінгвістичних дисциплінах. Результати цих пошукувань особливо цікаві для пареміології, що вивчає як структуру, семантику та стилістику усталених одиниць, так і їхнє функціонування в системі кожної окремо взятої національної мови.

У зв'язку із сказаним вище навряд чи викличе сумнів той факт, що найбільш колоритним проявом національного характеру є прислів'я та приказки, оскільки в будь-якій мові цей широко розповсюджений жанр усної народної творчості є вербальним виразником народної мудрості. Причиною того, що не у всіх прислів'їв і приказок, що існують в одній мові, є точні й/або навіть близькі відповідники в інших мовах, є той факт, що історія розвитку кожного народу вельми індивідуальна. Навіть сама можливість провести чітку межу між прислів'ям і приказкою іноді є досить дискусійною. Більше того, в усному мовленні прислів'я часто стають приказками й навпаки або, що ще парадоксальніше, лаконічні народні приказкові вирази безумовно завжди мають свого автора, але в силу своєї поширеності призводять до забуття імені того, хто їх створив, і стають анонімними, народними.

Загальний аналіз досліджень, здійснений на матеріалі різних мов [див., наприклад, М. Лановик, Б. Лепкий, О. Марчун, М. Дмитренко, О. Воропай, Cláudio Cohen, Magalhães Júnior R., M.L.Casado, Cristóbal Pérez de Herrera, José Ignacio de Benito, José María Irribarren, José Calles Vales, Edward Zellem, David Mitchell, Wolfgang Mieder та ін.], дає можливість дійти висновку, що головним, що відрізняє прислів'я від приказки є те, що перша завжди являє собою логічно закінчене, самостійне, часто римоване (саме тому вони добре запам'ятовуються) висловлення повчального характеру, яке відбиває життєвий досвід і знання народу, що компактно проживає на певній території, і тому паремійні одиниці так чи інакше передають сутність взаємин людини з навколишнім середовищем, що підтверджується наявністю значної кількості відповідних лексем:

*Cachorro mordido de **cobra**, tem medo até de barbante ↔ Щеня, якого укусила **кобра**, боїться навіть мотузки*

*Chuva nas **Cruzes** sol no **S. João** ↔ Дощ на **свято Крузеш**, сонце на **свято Святого Жуана.***

*Бідне сорочці раде, а багатий і **кожуха** цурається.*

Синтаксично структура прислів'їв, як правило, складна, сформована із двох частин із сурядним, підрядним й навіть безсполучниковим зв'язком (останнє рідко):

Uns dando mais enriquecem, outros roubando empobrecem. ↔ *Одні, даючи, збагачуються, інші, крадучи, зубожіють.*

Honestidade e aquilo que todos querem que os outros tenham. ↔ *Чесність – це те, що кожний хоче, щоб було в інших.*

Em Janeiro sobe ao outeiro. Se vires verdejar, põe-te a chorar; se vires terrear, põe-te a cantar. ↔ *У січні піднімися на пагорб. Якщо побачиш, що все зелено, плач; якщо побачиш, що серед посівів видно землю, співай.*

Приказка відрізняється від прислів'я не тільки більш простою структурою, але й спрощенням семантики. Зокрема, відсутністю моралізування. По суті, приказка – це просто яскравий, образний вислів, часто із символічним змістом, що влучно визначає яке-небудь явище життя й легко піддається перефразуванню:

É o que se verá = É uma coisa ainda para se ver ↔ *Надвоє баба ворожила = Це ще вилами по воді писано.*

Якщо взяти до уваги сказане вище, зрозуміло, що дослідники цієї теми не могли не прийти до логічного висновку: в основі приказки часто лежить ідіоматичний вираз, порівняння, метафора, гіпербола (*Não ter nem para a cova de um dente* ↔ *Покласти зуби на полицю*).

Вважається, що використання приказок робить висловлення мовця більше виразним, насиченим. Однак одночасно свідчить і про деяку обмеженість розумовомовленнєвої діяльності, оскільки індивід вдається до підтримки готових клішованих форм, а не будує власне висловлення [див. código elaborado, código restringido 1: 24]:

Costumam dizer por aí que ***quem espera sempre alcança****, mas percebi que quem alcança é quem corre atrás* [2].

A importância da lei específica é inegável, porque foi a partir dela que o pensamento "em briga ***de marido e mulher, não se mete a colher"*** *passou a ser mais questionado* [3].

Як ми вже відзначали вище, мовна картина світу – явище багатогранне, на її формування й розвиток помітно впливають і самі культурні реалії, й історична зміна світоглядних систем. У різні історичні періоди усталені одиниці не просто номінують денотати (як фразеологізми) і ситуації (як прислів'я), але й виражають естетичні уявлення народу, особливості його національного характеру, визначають спосіб мислення, культурні сте-

реотипи, ціннісні пріоритети й т. д. [4]. Все вищевикладене підводить до висновку, що в кожного народу формуються свої "власні" прислів'я й приказки, які становлять важливу частину національної спадщини, аналога яким немає ні в якій іншій мові:

Se o escorpião visse, e a cobra ouvisse, não havia homem que ao campo caisse → Якби скорпіон бачив, а кобра чула, жодна людина не пішла б у поле.

Густенька каша, та не наша, а наш несолоний куліш – як хочеш, так його і їж.

Але одночасно із цим існує достатня кількість паремійних одиниць, які, у якості ретрансляторів очевидних загальнолюдських цінностей, передають у різних мовах однакову суть зовсім різними словами через те, що в основі прислів'я чи приказки, створених з одного й того самого приводу, лежать різні асоціації або образи, які, однак, чітко відбивають зміст ситуації:

Lavo daí as minhas mãos ↔ Моя хата з краю, нічого не знаю [руки ≠ хата].

Подібна багатоформність образів приводить до того, що паремійні одиниці на будь-якій мові можуть тлумачитися порізному, приймати багато значень. Саме тому в збірках або у словниках-довідниках, де зібрані прислів'я й приказки якої-небудь мови (у випадку, що аналізується – це португальська й українська мови), може бути представлено кілька еквівалентів, які відповідають ситуації, описаній у пареміологічній одиниці:

A fome é a melhor cozinheira \ A fome é boa mostarda \ A fome é o melhor tempero \ A fome faz sair o lobo do mato. ↔ Голод не свій брат \ Голодному все до смаку \ Голод і бреше, і краде \ Голод не тітка, а лютої мачухи лютіший \ Вижене голод на холод.

Джерелами створення прислів'їв і приказок у португальській мові, як і в багатьох інших мовах, можна назвати:

А – народну творчість:

Mais vale um pássaro na mão do que dois a voar. ↔ Краще синиця в жмені, ніж журавель у небі.

Якщо вчитатися у пареміологічні одиниці, стає зрозуміло, які багатовікові знання ховаються за легкою жартівливо-іронічною формою. Цікаво, що й сьогодні прислів'я й приказки залишаються такими ж актуальними, як і в той час – багато століть на-

зад, коли вони створювалися. У іншому випадку їхнє існування втратило б сенс, і вони зникли б зі сфери спілкування.

Б – літературну творчість:

Pior a emenda que o soneto. ↔ *Виправлення гірше ніж сонет.*

Історія цього прислів'я походить від реальної історії з життя відомого португальського поета Мануела Марії Барбози ду Бокаже. Розповідають, що один поет попросив Бокаже прочитати його вірш і, якщо потрібно, підправити. Бокаже погодився, але наступного дня, коли поет повернувся, Бокаже сказав, що вірш з самого початку був невдалим, і тому будь-які виправлення безглузді, і якби він навіть і вніс якісь правки, вірш став би гірше. Зміст прислів'я зводиться до наступного: коли щось первісно погано, воно стане ще гірше при спробі виправлень, тому краще відразу починати з нуля [5].

На основі наведеного факту можна стверджувати, що іноді походження, точніше, авторство прислів'я або приказки можна встановити, але, як правило, зрощення між двома джерелами (первинним літературним і вторинним народним) таке неподільне, що вони стають неначе єдине ціле, і вивести ім'я творця стає абсолютно неможливо.

У цьому ж зв'язку цікаво відзначити ще одну особливість літературного джерела приказки: часто вона може брати початок від такого поетичного жанру, як байка (рідше драматичного або прозаїчного джерела), з якої можуть виділитися й почати самостійно функціонувати в живій мові ті елементи, в яких сконцентрований зміст твору. Часто це його назва (згадаємо байку Езопа *"A Gansa que Punha Ovos de Ouro"* ↔ *Курка, що несе золотії яйця, "Хіба ревуть волі, як ясла повні?",* роман, написаний братами Панасом Мирним та Іваном Біликом у 1875 році, або п'єсу "На всякого мудреця довольно простоты" О. М. Островського). Це не окремі думки твору, це його квінтесенція (*Pobreza não é vileza* ↔ *Бідність – то не ганьба*). Сказане дозволяє деяким лінгвістам стверджувати, що специфічним, але досить популярним видом приказки є фразеологізм, що не одержав структури повної приказки, але семантично досить завершений для того, щоб створити новий образ, який заміщує вже існуюче словосполу-

чення (наприклад *espírito lúcido* ↔ *світла голова*, тобто тямуща / розумна людина).

В – перефразовані цитати біблійного походження:

Прикладом такого типу формування пареміологічної одиниці може послужити португальська приказка *ir com os porcos* ↔ *примусове або ганебне видалення звідкілясь*, що з'явилося в португальській мові з Євангелія від Матвія:

28. E, tendo chegado ao outro lado, à província dos gergesenos, saíram-lhe ao encontro dois endemoninhados, vindos dos sepulcros; tão ferozes eram que ninguém podia passar por aquele caminho. 29. E eis que clamaram, dizendo: Que temos nós contigo, Jesus, Filho de Deus? Vieste aqui atormentar-nos antes do tempo? 30. E andava pastando distante deles uma manada de muitos porcos. 31. E os demônios rogaram-lhe, dizendo: Se nos expulsas, permite-nos que entremos naquela manada de porcos. 32. E ele lhes disse: Ide. ***E, saindo eles, se introduziram na manada dos porcos; e eis que toda aquela manada de porcos se precipitou no mar por um despenhadeiro, e morreram nas águas.*** [6]

↔

28. І, як прибув Він на той бік, до землі Гадаринської, перестріли Його два біснуваті, що вийшли з могильних печер, дуже люті, так що ніхто не міг переходити тією дорогою. 29. І ось, вони стали кричати, говорячи: Що Тобі, Сину Божий, до нас? Прийшов Ти сюди передчасно нас мучити? 30. А оподаль від них пасся гурт великий свиней. 31. І просилися демони, кажучи: Коли виженеш нас, то пошли нас у той гурт свиней. 32. А Він відповів їм: Ідіть. ***І вийшли вони, і пішли в гурт свиней. І ось кинувся з кручі до моря ввесь гурт, і потопився в воді****.* [7]

Г – цитати відомих письменників і мислителів:

É muito menos doloroso morrer do que estar vivo com vontade de morrer. (Pedro Chagas Freitas) ↔ *Набагато менш болісно вмерти, ніж жити з бажанням померти (Педру Шагаш Фрейташ)* [8].

Найімовірніше, екстраговані з літературних джерел вислови рік за роком втрачають все зайве і малозначуще і зрештою здобувають свою ідеальну форму, що легко запам'ятовується у вигляді прислів'я або приказки. Сказане раніше дозволяє припустити, що

аналізовані паремійні одиниці заходяться у постійному русі: ті, що втратили актуальність, припиняють функціонувати в мові, зберігаючись лише в лексикографічних джерелах або літературних творах минулих сторіч, а нові починають свій шлях у соціумі.

В мовах, що співставляються, спосіб побудови прислів'їв і приказок досить різноманітний – це прості й складні речення, комбінація різних видів сурядності й підрядності, використання різних метафор, порівнянь та ін., але їхньою мовною особливістю є можливість елімінації дієслова, хоча відсутність такого в структурі речення в принципі не властиво ні португальській, ані українській мовам, бо навіть якщо дієслово пропущено, воно логічно розумітися з тексту:

Cada cabeça, cada sentença ↔ *Скільки голів, стільки розумів* [існує]

Dos males, o menor. ↔ *Із двох зол – менше* [обирають]

Парочка – Семен та Одарочка! ↔ *Pessoas da mesma espécie (do mesmo calibre)* [є] [9].

Наведені вище приклади ілюструють ще одну особливість структури аналізованих одиниць: їх достатню семантичну ємність, тому що ці й подібні їм приклади паремійних одиниць містять оптимальну кількість компонентів в обсязі чотирьох, хоча іноді ця кількість варіюється убік збільшення або зменшення (до трьох). Приклади останніх поодинокі в обох мовах:

Errar é humano. ↔ *І на бабу буває хиба*

Приший кобилі хвіст [10].

Мінімалізація кількості складових викликана насамперед тим, що паремійні одиниці повинні бути зрозумілі всім і відразу, а отже короткими, по можливості з повторюваними компонентами речення, хоча останніх у португальській мові вкрай мало, а в українському вони відсутні зовсім:

Pão, pão, quiejo, quiejo ↔ *говорити прямо, без вивертів* [11].

Еквівалентом цього прислів'я в українській мові може бути: *Що на думці, те й на язиці.*

Актуальність розуміння іншомовних прислів'їв і приказок (зокрема португальських) безсумнівна у зв'язку з їхнім чималим поширенням у письмовій (пресі/літературі/інтернеті) і усній (радіо/телебаченні/інтернеті) мові. Отже проблема їхнього пере-

кладу не може не стояти сьогодні на порядку денному досліджень українського мовознавства.

У зв'язку з цим треба ще раз підкреслити, що португальські й українські прислів'я й приказки не можуть бути абсолютними еквівалентами. Це, як випливає з наведеного вище матеріалу, пояснюється, по-перше, різницею в побутовому укладі народу і його світогляді; по-друге, у багатогранності тлумачення паремійних одиниць; по-третє – у наявності національного колориту, що – при відсутності наявних прямих паралелей – вимагає прямого перекладу, оскільки у протилежному випадку, може перекручуватися оригінальне значення пареміологічної одиниці:

De Espanha, nem bom vento nem bom casamento.

Виникнення цього прислів'я тісно пов'язане з португальською історією. Як невелика країна, Португалія завжди страждала від синдрому маленької держави поруч із Іспанією – великим і більш впливовим сусідом. Зокрема цей вплив проявлявся в тому, що в далекі часи між королівськими дворами двох країн існував договір, відповідно до якого шлюби обов'язково повинні були укладатися між представниками португальської та іспанської династій. Отже, відсилання до теми 'шлюб' – це вказівка на число невдалих або просто трагічних шлюбів між членами королівських родин. Тема 'вітер' у цьому прислів'ї вказує на те, що вітри зі Сходу є зазвичай або дуже холодними, або дуже гарячими, залежно від сезону, але в кожному разі вони негативної якості для Португалії в цілому або для якогось окремого її регіону зокрема: тобто і східні вітри, і іспанські дружини приносять проблеми [12]. От тому *"З Іспанії ні вітру гарного, ні дружини"*.

Отже, переклад прислів'я або приказки з однієї мови на іншу, насамперед, передбачає знаходження в мові перекладу якогось належного еквівалента, а при його відсутності необхідність відшуковувати такий відповідний аналог, який більшою чи меншою мірою наближений до оригіналу:

Trabalho é trabalho, conhaque é conhaque ↔ *Робота роботою, а відпочинок відпочинком*

Українці із цього приводу говорять так: *Роби до поту, а їж в охоту.*

Крім названого способу – основного – при перекладі прислів'їв можливий прийом послівного калькування або калькування із застосуванням доповнень або змін. Теоретичні дослідження допускають ще один метод перекладу пареміологічної одиниці: описово-пояснювальний, хоча він і застосовується в досить обмеженій кількості випадків:

"O bom médico é o do terceiro dia" ↔ *Гарний лікар – це лікар третього дня* ***життя хворого*** [13].

Уявляється можливим запропонувати приклад саме цієї пареміологічної одиниці для ілюстрації вищезгаданого способу перекладу, оскільки в ній, безсумнівно, мова йде про недбалість лікарів і про усілякі клінічні помилки, через які деякі хворі можуть і не прожити більше трьох кризових днів, після початку захворювання або проведення операції. Саме тому й потрібна вербалізація імпліцитного значення, яке мається на увазі в оригіналі.

Украй цікавим у цьому зв'язку є протилежний прийом, прийом елімінації частини оригінальної пареміологічної одиниці через її широку популярність:

*Á frente....****As conversas são como as cerejas*** *e o que eu queria escrever não era bem isto, mas lá vou: Anteontem à noite, o meu marido deitou-se mais cedo que o habitual* [14].

As conversas são como as cerejas ↔ *Розмови – як черешня: за однією завжди йде інша.*

В обох прикладах приводиться тільки перша частина прислів'я, *"As conversas são como as cerejas"* або "*As palavras são como as cerejas*", але, насправді, у неї є продовження, що, власне, і передано в перекладі "*vêm umas atrás das outras"* [15]. Про подібні випадки див. О.В. Орличенко [16].

Калькування – це спосіб дослівного переносу значення оригіналу в іншу мову. Завдяки такому способу, як вважають лінгвісти, можна досліджувати хід адаптації пареміологічної одиниці до структури іншої мови. А оскільки мова йде про пристосування шляхом видозміни, безсумнівною є втрата приказковим виразом свого національного колориту, хоча іноді, як відзначалося вище, збереження такого є обов'язковим. Передбачається, що докладний

аналіз великого обсягу португальських прислів'їв і приказок, трансформованих в українську форму, зможе допомогти виявити механізми співвіднесення першоджерела (пареміологічної одиниці) з текстом перекладу при збереженні образних засобів, що є обов'язковим при роботі з таким нестандартним мовним матеріалом:

O trabalho do pequenino é pouco, mas quem o despreza é louco ↔ *Робота маленького мала, але той, хто нею нехтує, той дурень* [17], хоча пряме значення прикметника *louco – божевільний*, а дієслова *desprezar – зневажати*, отже, точніше було б перевести так: *Праця дитини незначна, але нерозумний той, хто її не цінує.*

Висновок, до якого можна дійти, піддавши розгляду навіть таку обмежену (~ 300 : ~ 300) кількість паремійних одиниць у португальській і українській мовах, яку було взято для аналізу, є однозначним: при використанні методу калькування в ході перекладу приказкових висловів, необхідно користуватися не тільки традиційними семантичними методами, але й методами когнітивного аналізу [див. 18].

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Guetman Z. O., Orlychenko O. V.* Estrategias comunicativas. Lengua española. – К.: ВПЦ "Київський університет", 2005. – 174 p.

2. *Tania Viruel.* – http://www.viruel.blogger.com.br/.

3. http://ativismodesofa.blogspot.com.br/.

4. *Алефиренко Н. Ф., Семененко Н. Н.* Фразеология и паремиология. – М. : Флинта – Наука, 2009 – http://ir.nmu.org.ua/bitstream/handle/ 123456789 /17725 /5f94931bda8c5e44ec17874fb2365b92.pdf?sequence=1].

5. http://carolraven.tumblr.com/.

6. *Bíblia Online*. Novo Testamento Mateus.

7. http://allbible.info/bible/ogienko/mt/8/.

8. http://www.portaltattoo.ru/phrases_in_portuguese.html.

9. *Dubrovin M. I., Mello, M. J. de.* – Locuções russas por imagens. – Moscovo: Russki Yazik, 1986. – 327 p.

10. http://www.poslovitza.ru/ukrainskie.html.

11. http://www.portuguesa.ru/index.php/portugaliya/portugalskij-yazyk?limitstart=0.

12. http://carolraven.tumblr.com/.

13. http://www.ensp.unl.pt/luis.graca/textos74.html.

14. http://www.dietas-e-companhia.blogspot.ru/2010_02_01_archive.html.

15. http://www.portuguesa.ru/index.php/portugaliya/portugalskij-yazyk?limitstart=0.

16. *Орличенко О. В.* Еліпсис в мовних афоризмах (на матеріалі української/російської та іспанської / португальської мов) / Мовні і концептуальні картини світу // Мови, культури та переклад у контексті європейського співробітництва. – К. : Видавничий центр КДЛУ, 2001. – С. 326–330.

17. http://proverbios.aborla.net/po.php.

18. Развитие методов когнитивного анализа в исследованиях языков для специальных целей – http://rudocs.exdat.com/docs/index-486350.html

ЕМПІРИЧНІ ДЖЕРЕЛА

1. Українські народні прислів'я та приказки – http://podskazok.net/ poslovitsyi-pogovorki-primetyi-aforizmyi-i-t-p/ukrayinski-narodni-prisliv-ya-ta-prikazki.html

2. Українські прислів'я – http://kampot.org.ua/ukraine/traducii_ta_zvuchai/zvuchai /2185-ukrayinsk-prislvya.html

3. Нема приповідки без правди. Російські прислів'я й приказки з українськими відповідностями – http://shron.chtyvo.org.ua/Belenkova_N/Ros_pryslivia _ta_prykazky_z_ukr_vidpovidnykamy_interakt.pdf

4. Російсько-український словник сталих виразів – http://stalivyrazy.org.ua /everyfile2.php?transfer=folders/el/ljs.html ukrain

5. Português do Brasil – http://www.portugues.pro/forum/7/65/

6. Provérbios em Português – http://pt.wikiquote.org/wiki/Prov%C3%A9rbios _em_Portugu%C3%AAs

7. Provérbios Ordenados alfabeticamente – http://www.moo.pt/proverbios-/index.php?l

8. Provérbios Portugueses E Brasileiros – http://www.hkocher.info/minha_-pagina/port/port_s04.htm

9. Provérbios Populares Portugueses – http://proverbios.aborla.net/ – http://teka.-ks.ua/viev_post.php?id=4

Е. В. Орличенко, канд. філол. наук, доц.
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

Передача португальских пословиц и поговорок средствами украинского языка

Статья посвящена описанию лингвистических особенностей пословиц и поговорок португальского языка и способов их передачи на украинский. Показано, что при использовании метода калькирования при переводе пословиц и поговорок необходимо использовать не только традиционные семантические методы, но и методами когнитивного анализа.

Ключевые слова: *паремиологические единицы, культурное наследие, символ, образ, калькирование.*

O. Orlytchenko, PhD in Philol., Associate Professor,
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

Transmitting of Portuguese proverbs and sayings into Ukrainian

The article covers the description of Portuguese proverbs and sayings linguistic features and ways of their transmitting into Ukrainian. It is shown that using calque method in translation of proverbs and sayings it is important to use not only traditional semantic methods but also methods of cognitive analysis.

Keywords: *proverbs and sayings, cultural heritage, symbol, image, tracing.*

УДК 811.14'02'27:316.776.33

М. П. Остапенко, студ.
Інститут філології КНУ іменіТараса Шевченка, м. Київ

АНТИЧНІ ВИТОКИ СУЧАСНИХ МАНІПУЛЯЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

У статті подана етимологія і визначення слова "маніпуляція", наведені приклади дослідження маніпуляції філософами, обґрунтована доцільність розгляду античних витоків цього явища.

Ключові слова: *маніпуляція, сема, метафора, мистецтво переконання, теорія аргументації, позитивна маніпуляція.*

Маніпуляція як індивідуальною, так і масовою свідомістю є однією з найбільш цікавих та маловивчених проблем в соціальній філософії. Питання впливу на свідомість як окремого індивіда, так і групи в цілому завжди залишається у фокусі уваги вчених, які займаються дослідженнями на ділянках соціології та політології.

У лінгвістиці проблема маніпуляції свідомістю розглядається в роботах А. Бєлової, А. Гурочкіної, М. Парасуцької та багато ін. Проте, лінгвістичних досліджень, які б містили комплексний підхід до вивчення даної проблематики, недостатньо, що й визначає актуальність даної роботи.

Саме поняття "маніпуляція" в слов'янські мови було запозичене з французької. Французька мова, у свою чергу, запозичила це слово з латини. Словники подають різні тлумачення етимології цього слова:

– (ново-лат., від manus – рука і pellere – штовхати, вдаряти, рухати). Дія руками, обмацування чого-небудь руками, особливо дотик гіпнотизера до хворого [12];

– фр. manipulation < лат. manipulate < manipulus< manus + pleo – жменя, пучок [1] – 1) складний прийом, складна дія над чим-небудь за допомогою рук 2) політ. різноманітні способи впливати на громадську думку в корисних цілях [4]. На думку Ю.В. Пую [10], головну роль у набутті такого сенсу відіграло одне зі значень слова manipulus – невеликий мобільний загін воїнів, який повністю підкорявся командиру і виконував всі його розпорядження.

Спочатку слово "маніпуляція" використовувалося на позначення дій з об'єктами, як-то ручне керування, рух, спричинений руками [13]. Маніпуляція розглядалась як дії, операції лікаря над пацієнтом [5].

На початку 20 століття з'явилось переносне значення цього слова – витівка, махінація [11]. Термін "маніпуляція" використовувався для опису рухів, які артисти виконували на сцені, зокрема фокуси або рухи руками з метою впливу на глядацьку аудиторію [3].

Таким чином, проведений аналіз етимології терміна "маніпуляція" показав, що це термінопоняття в науковому та прагматичному контексті почало використовуватися з початку XX століття. Проте до проблем маніпуляції почали звертатись ще за часів античності. Свідченням цього можуть слугувати багато постулатів античної філософії, зокрема у вченнях Сократа, Платона і Аристотеля.

У творах Платона відображені його погляди на риторику і мистецтво переконання. Наприклад, у діалозі "Федр" приділяється увага основним положенням риторики, зокрема окресленню теми з метою уникнення непорозумінь. Філософ дає визначення красномовства як мистецтва впливу на людські душі за допомогою промов ἡ ῥητορικὴ ἂν εἴη τέχνη ψυχαγωγία τις διὰ λόγων (Plat. Phaedrus, 261 a,b), характеризує різновиди красномовства, вказує на важливість побудови промови, додає нові якості риторики: аналіз, синтез або узагальнення.

На думку Платона, за допомогою тих чи інших видів маніпуляції можна не лише підкорити волю людини і вплинути на хід її думок, але і активізувати її для виконання конкретних дій без явного насильного примусу [9]: ἡ τοῦ πείθειν πολὺ διαφέροι πασῶν τεχνῶν πάντα γὰρ ὑφ᾽ αὑτῇ δοῦλα δι᾽ ἑκόντων ἀλλ᾽

οὐ διὰ βίας ποιοῖτο, καὶ μακρῷ ἀρίστη πασῶν εἴη τῶν τεχνῶν (Plat. Phileb., 58 a) – "мистецтво переконувати дуже відрізняється від інших мистецтв багато чому завдяки тому, що з допомогою його впливу люди рабськи працюють добровільно, а не через примус, і набагато краще воно є з усіх інших мистецтв".

Платон вдало використовує термін ἡ τέχνη τοῦ πείθειν – "мистецтво переконання" в контексті нашого сучасного розуміння мистецтва маніпуляції. В науковій розвідці А.С. Петракової зазначено, що незважаючи на відсутність терміна "маніпуляція" в античні часи, це явище імпліцитно виражене у творах античних мислителів [9]. Зокрема, Платон описує приклад позитивної маніпуляції, через реалізацію якої можна досягти спільного блага. У трактаті "Держава" філософ розглядає вдале застосовування прийомів маніпуляції при вихованні юнаків задля "створення ідеальних громадян", кожен з яких виконує свою суспільну роль. "Коли ми прагнемо утвердити переконання, що ніколи жоден громадянин не ненавидів іншого і що подібне є нечестивістю, то про це відразу ж і якнайбільше повинні розповідати дітям і діди, і баби, і всі інші старші особи; і поетів слід змусити описувати близьке до цього у своїх творах" – εἴ πως μέλλομεν πείσειν ὡς οὐδεὶς πώποτε πολίτης ἕτερος ἑτέρῳ ἀπήχθετο οὐδ᾽ ἔστιν τοῦτο ὅσιον, τοιαῦτα λεκτέα μᾶλλον πρὸς τὰ παιδία εὐθὺς καὶ γέρουσι καὶ γραυσί, καὶ πρεσβυτέροις γιγνομένοις καὶ τοὺς ποιητὰς ἐγγὺς τούτων ἀναγκαστέον λογοποιεῖν" (Plat. Rep., 378 c, d).

Платон вважав, що красномовство можна і слід використовувати "не тільки в судах або на інших громадських зібраннях, але й у приватному житті. Воно одне й те ж, або йдеться про справи великої ваги, чи мало важливі" – "οὐ μόνον ἐν δικαστηρίοις καὶ ὅσοι ἄλλοι δημόσιοι σύλλογοι, ἀλλὰ καὶ ἐν ἰδίοις, ἡ αὐτὴ σμικρῶν τε καὶ μεγάλων πέρι" (Plat. Rep., 261, a, b). Цю тезу активно почали розробляти дослідники наприкінці XX – на початку XXI століття в контексті маніпуляції в повсякденному житті.

Аристотель, як і Платон, приділяв багато уваги дослідженню ідеальної держави і феномена влади. Маніпуляція дає владу над іншими, а отже, багато хто хоче досягти успіхів в мистецтві ма-

ніпулювання [9, 59]: "Тепер з огляду на інтереси, пов'язані із суспільними справами й тими, що випливають з діяльності влади, всі прагнуть мати владу" – "νῦν δὲ διὰ τὰς ὠφελείας τὰς ἀπὸ τῶν κοινῶν καὶ τὰς ἐκ τῆς ἀρχῆς βούλονται συνεχῶς ἄρχειν," (Politics, book 3, 1279 a, 14–15).

Також Аристотель розглядав питання риторики – ораторського мистецтва, яке використовує переконуючу силу слова [6]. Адже риторичні прийоми сприяють перемозі в диспутах чи інших публічних заходах і дозволяють маніпулювати думкою реципієнтів [7]. Аристотель ввів поняття відповідності промови (її теми, побудови, стилю викладу) і аудиторії, перед якою вона читається, активно вдосконалював теорію аргументації і техніку ведення діалектичної суперечки [8].

Питання маніпулювання особистістю, її волею, бажаннями, та поведінкою розглядались і вивчалися не тільки в античних філософських трактатах – на побутовому рівні воно розкривалось і у байках Езопа. Відомий дотепник Езоп часто користувався мовною полісемією. Варто підкреслити, що в певних життєвих ситуаціях такі прийоми бувають дуже ефективними. Зокрема в "Життєписах Езопа" зображується такий діалог між Ксанфом і Езопом:

– Χαῖρε! – Доброго дня!

– Μὴ νὰ λυποῦμαι καὶ λέγεις μου νὰ χαίρωμαι; – Але я не сумую, чому ж кажеш, щоб я радів? [2]

В цьому епізоді Езоп вдало послуговується багатозначністю слова "χαῖρω" – "радіти, насолоджуватись", яке давні греки використовували при вітанні.

У своїх байках Езоп через використання метафор зображує різні життєві ситуації, в більшості з яких можна знайти приклад вдалого чи невдалого впливу.

У байці "Рибалка та маленька рибка" ("Ἁλιεὺς καὶ σμαρίς") рибалка (Ἁλιεὺς) піймав маленьку рибку (σμαρίς), а вона його просить відпустити, бо зараз ще маленька. А от коли виросте і стане великою, тоді рибалка її зловить, і вона буде йому більш корисною. Рибалка їй відповідає: "Ἀλλ' ἔγωγε ἄνους ἂν εἴην, εἰ τὸ ἐν χερσὶ παρεὶς κέρδος, κἂν σμικρὸν ᾖ, τὸ προσδοκώμενον, κἂν

μέγα ὑπάρχῃ, ἐλπίζοιμι." – "Я був би дурним, якби випустивши з рук малу користь, очікував би на велику".

Маніпуляція – складне явище, яке існує в людському суспільстві з античних часів. Ще філософія античного періоду розкрила різні аспекти проблеми маніпуляції, які стосувалися політичної та побутової сфер життя суспільства.

Суть основних маніпулятивних технік лишилась незмінною, хоча й отримала нові форми вираження. Як видається, лінгвістичні дослідження, що мають комплексний характер і розглядають маніпуляцію, зображену в античних творах, в проекції на сучасність, мають позитивну наукову перспективу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Brachet, Auguste. Dictionnaire étymologique de la langue française. – 1911. – Режим доступу: https://archive.org/details/Dictionnairetymologique DeLaLangueFrancaise.

2. Βιος Αισοπου. – Режим доступу: http://www.ebooks4greeks.gr/dowloads/Logotexnia/Erga.Ellinwn /AISWPOS__Downloaded_from_eBooks4Greeks.gr.pdf.

3. *Епишкин Н. И.* Исторический словарь галлицизмов русского языка. [Эл. Ресурс]. – Режим доступу: http://www.ets.ru/pg/r/dict/gall_dict.htm.

4. *Комлев Н. Г.* Словарь иностранных слов. – М.: ЭКСМО-Пресс. — 2006. – 1308 с.

5. *Кондратенко П. Г.* Врачебные манипуляции. – Д. : Новый мир. – 2001. – 230 с.

6. *Коновалов В. Н.* Политология. Словарь. – Ростов-на-Дону: РГУ. – 2001. – 285 с.

7. *Николаев А. И., Ушакова Т. А.* Искусство убеждения: основы риторики. – Иваново: ЛИСТОС. – 2013. – с. 33–38.

8. Новая философская энциклопедия: в 4 т. – Ин-т философии РАН; Нац. обществ.-науч. фонд; Предс. научно-ред. совета В.С. Степин. – М. : Мысль, 2000–2001. – Режим доступу: http://iph.ras.ru/elib/3033.html.

9. *Петракова А. С.* Социально-философский анализ трансформации сознания личности средствами манипулятивного воздействия: дис. ... кандидата філос. наук : 09.00.11 / Петракова Анна Сергеевна. – Краснодар, 2014. – 201 с.

10. *Пую Ю. В.* Социально-философские основания антропологии манипулирования: автореферат дис. доктора філософ.наук : наук : 09.00.11 / Пую Юлия Валерьевна. – СПб, 2010. – 44 с.

11. *Ушаков Д. Н.* Толковый словарь Ушакова. [Эл. Ресурс]. – 1935–1940. Режим доступу: http://dic.academic.ru/dic.nsf/ushakov/855458.

12. *Чудинов А. Н.* Словарь иностранных слов, вошедших в состав русского языка [Эл. Ресурс] / Под ред. А. Н. Чудинова. – СПб.: Издание В. И. Губинского. – 1910. – Режим доступу: http://www.inslov.ru.

13. *Юренков В. В.* Манипуляция как социально-философское явление // Теория и практика общественного развития. – 2013. – № 4. – Режим доступу : http://cyberleninka.ru/article/n/manipulyatsiya-kak-sotsialno-filosofskoe-yavlenie.

Стаття надійшла до редакції 27.04.15

М. П. Остапенко, студ.
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

Античные истоки современных манипулятивных технологий

В статье представлена этимология и определение слова "манипуляция", приведены примеры исследования манипуляции философами, показана целесообразность рассмотрения античных истоков этого явления.

Ключевые слова: *манипуляция, сема, метафора, искусство убеждения, теория аргументации, положительная манипуляция.*

M. Ostapenko, Bachelor Student
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

The ancient origins of modern manipulation tactics

The article presents the etymology and the definition of the word "manipulation", the examples of manipulations studied by Plato and Aristotle are given, actuality of this phenomenon's investigation in the context of antiquity is grounded.

Keywords: *manipulation, seme, metaphor, the art of persuasion, argumentation theory, positive manipulation.*

ЗМІСТ

Айдачич Д. В., Непоп-Айдачич Л. В. Сербські та українські фразеологізми із фітонімічним компонентом у порівняльному аспекті 3

Алексєєва Т. О. Стратегії докору та заохочення у міжособистісній комунікації "дорослий-дитина" 15

Андрієвська Е. М. Сучасні тенденції французької електронної лексикографії 24

Андрощук О. С. Особливості перекладу діалогічного мовлення в романі Стефані Маєр "Сутінки. Молодий місяць" 34

Афанасьєва О. М. Принципи дослідження ритуалізованих комунікативних практик 46

Бабире О. В. Концепт SUSTAINABILITY у сучасній корпоративній культурі 59

Базиленко В. Особливості функціонування спортивної лексики в сучасній публіцистиці мовою гінді 78

Бєлова А. Д. Віртуалізація комунікативного простору 86

Білик К. А. Особливості застосування функції логарифмічної правдоподібності для порівняння спеціалізованих корпусів 97

Бурбело В. Б. Про моделювальні засади дискурсу 104

Вертієнко Г. В. Назви дистанційної зброї в Молодшій Авесті 120

Вознюк Ю. П. Гастика як відображення національної ідентичності (на матеріалі античних джерел) 129

Воловик О. П. Функціональні особливості мікрокопії на корпоративний сайтах компаній 135

Гладка В. А. Інтерпретація поняття колігації у сучасній науці 143

Гладковська А. Л. Відтворення емотивних дієслів негативної оцінки у кіно- та художніх перекладах фентезійних творів 152

Гончаренко О. М. Іншомовні запозичення у сучасній китайській мові в контексті глобалізації 160

Григораш А. С. Стратегії перекладу фразеологізмів із негативною конотацією в англійськомовному політичному дискурсі 168

Грицайчук К. М. Соціолінгвальна репрезентація України
у французькому медійному дискурсі в 2013 році 181
ї
Гриценко М. В. Кросовер-література в перекладі
та її цільова аудиторія 190
Гулей Т. В. Неоурбанізація у сучасній англійській мові 203
Давиденко Н. В. Соціально-правова термінологія латинського
походження у творах українських авторів 210
Дейкун О. П. Авторська картина світу і дійсність: "надсат"
у перекладі українською (на матеріалі творчості Е. Берджеса) 219
Дем'яненко Н. Б. Особливості семантики польських
та українських компаративних фразеологізмів 228
Дмитрук О. В. Моделювання комунікативної ситуації
для реалізації маніпулятивного задуму
у довготривалій перспективі 235
Довбищенко Ф. В. Комунікативна структура і книги трактату
Геродіана "Історія після Марка Аврелія" 242
Докучаєва К. М. Образ Аїда в давньогрецькій літературі
та міфології: когнітивний та лінгвокультурологічний виміри 253
Доценко Н. В. Інтермедіальні стратегії відображення
пам'яті у прозі Патріка Модіано 259
Дудар В. І. Медіалінгвістична природа політичної метафори
в жанрі телевізійного інтерв'ю 269
Екшмідт В. Р. Мовленнєва маніпуляція: персуазивність та сугестія 275
Жолуденко А. Г. Жаргонна лексика німецької молоді 282
Ісаєв С. С. Лексеми на позначення їжі у складі фразеологізмів
китайської мови як носії культурного коду 286
Калениченко М. М. Предикативність і модальність
як семантичні ознаки безособового речення 296
Каратаєва М. В. Медіаконвергенція та культурно-просвітницька
функція дискурсу всесвітньовідомих брендів 304
Карпенко І. В. Вплив новітніх інформаційних
технологій навчання на формування професійної
компетентності майбутніх учителів англійської мови 318
Касьянова О. А. Звукове поле фонеми /в/:
комбінаторні та позиційні алофони 324

Клименко Л. В. Риторика французької художньої афіші 337

Ковтонюк Н. П. Смисловий концепт карнавалу
як код прочитання дискурсу Майдану 347

Козловський В. В. Тактика побудови та інтерпретація
структурно-семантичної моделі (на матеріалі простого речення
сучасної німецької мови) 358

Крисальна Ю. В. Комунікативні репрезентації концепту ANGEL
(на матеріалах сучасної англомовної реклами) 365

Кузьміна К. А. Навчання перекладу: обмін досвідом 389

Кутузова Т. В. Емоційні концепти та засоби
їх мовної об'єктивації 397

Лазер-Паньків О. В., Маркина Р. Д. Особливості метафоричної
репрезентації інтелектуальних здібностей людини
у давньогрецьких пареміях 405

Літевчук П. В. Ономатопея у латинській, французькій
та українській мовах (зіставний аспект) 415

Літковець Ю. Ґендерні особливості назв посад
і професій у франко-українському перекладі 420

Литовченко Д. Етнокультурна стереотипізації мусульман
у маніпулятивних технологіях англомовних мас-медіа 428

Любченко Т. В. Типологія перфекта у новогрецькій мові 438

Мазепова О. В. Концептуалізація бінарної опозиції
правда-неправда у перській мовній свідомості
(за результатами психолінгвістичного експерименту) 446

Маленький Б. І. Аргументація у контексті усної комунікації:
концептуалізація поняття та методи емпіричного
лінгвістичного аналізу 469

Нічаєнко І. І. Ключові концепти іспанської
та української лінгвокультур 479

Орличенко О. В. Передача португальських прислів'їв
і приказок засобами української мови 484

Остапенко М. П. Античні витоки сучасних
маніпуляційних технологій 496

СОДЕРЖАНИЕ

Айдачич Д. В., Непоп-Айдачич Л. В. Сербские и украинские фразеологизмы с фитонимичным компонентом в сравнительном аспекте 3

Алексеева Т. А. Стратегии порицания и поощрения в межличностном общении "взрослый-ребенок" 15

Андриевская Э. Н. Современные тенденции французской электронной лексикографии 24

Андрощук О. С. Особенности перевода диалогической речи в романе Стефани Майер "Сумерки. Новолуние" 34

Афанасьева О. Н. Принципы исследования ритуализованных коммуникативных практик 46

Бабире О. В. Концепт SUSTAINABILITY в современной корпоративной культуре 59

Базиленко В. Особенности функционирования спортивной лексики хинди в современной публицистике 78

Белова А. Д. Виртуализация коммуникативного пространства 86

Билык Е. А. Особенности использования функции логарифмического правдоподобия для сравнения специализированных корпусов 97

Бурбело В. Б. О моделирующих основах дискурса 104

Вертиенко А. В. Названия дистанционного оружия в Младшей Авесте 120

Вознюк Ю. П. Гастика как отражение национальной идентичности (на материале античных источников) 129

Воловик О. П. Функциональные особенности микрокопии на корпоративных сайтах компаний 135

Гладкая В. А. Интерпретация понятия коллигации в современной науке 143

Гладковская А. Л. Отображение эмотивных глаголов негативной оценки в кино- и художественных переводах фэнтезийных произведений 152

Гончаренко О. М. Иностранные заимствования
в современном китайском языке в контексте глобализации 160

Григораш А. С. Стратегии перевода фразеологизмов с негативной
коннотацией в англоязычном политическом дискурсе 168

Грицайчук К. Социолингвальная репрезентация Украины
во французиком медийном дискурсе в 2013 году..... 181

Гриценко М. Кроссовер-литература
и ее целевая аудитория в переводе..... 190

Гулей Т. В. Неоурбанизация в современном английском языке..... 203

Давыденко А. Н. Социально-правовая терминология латинского
происхождения в произведениях украинских авторов 210

Дейкун А. П. Авторская картина мира и действительность:
"надсат" в переводе на украинский язик
(на материале творчества Э. Берджесса) 219

Демьяненко Н. Б. Особенности семантики польских
и украинских компаративных фразеологизмов 228

Дмитрук О. В. Моделирование коммуникативной ситуации
для реализации манипулятивного замысла
в долгосрочной перспективе..... 235

Довбищенко Ф. В. Коммуникативная структура і книги трактата
Геродиана "История после Марка Аврелия"..... 242

Докучаева Е. М. Образ Аида в древнегреческой литературе
и мифологии: когнитивный и лингвокультурологический аспекты 253

Доценко Н. В. Интермедиальные стратегии отображения памяти
в прозе Патрика Модиано 259

Дудар В. И. Медиалингвистическая природа
политической метафоры в жанре телевизионного интервью..... 269

Экшмидт В. Р. Речевая манипуляция:
персуазивность и суггестия..... 275

Жолуденко А. Г. Жаргонная лексика немецкой молодежи..... 282

Исаев С. С. Лексемы для обозначения еды
в составе фразеологизмов китайского языка
как носители культурного кода 286

Калениченко М. М. Предикативность и модальность
как семантические признаки безличного предложения 296

Каратаєва М. В. Медиаконвергенция
и культурно-просветительская функция дискурса
всемирно известных брендов 304

Карпенко И. В. Влияние новейших информационных технологий
на формирование профессиональной компетентности
будущих учителей английского языка 318

Касьянова А. А. Звуковое поле /в/: комбинаторные
и позиционные варианты 324

Клименко Л. В. Риторика французской художественной афиши 337

Ковтонюк Н. П. Смысловая рамка карнавала
как код прочтения дискурса Майдана 347

Козловский В. В. Тактика построения и интерпретация
структурно-семантической модели (на материале
простого предложения современного немецкого языка) 358

Крисальная Ю. В. Коммуникативные репрезентации концепта
ANGEL (на материале современной англоязычной рекламы) 365

Кузьмина К.А. Обучение переводу: обмен опытом 389

Кутузова Т. В. Эмоциональные концепты
и способы их языковой объективации 397

Лазер-Панькив О. В., Маркина Р. Д. Особенности
метафорической репрезентации интеллектуальных способностей
человека в древнегреческих паремиях 405

Литевчук П. В. Ономатопея в латинском, французком
и украинском языках (сопоставительный аспект) 415

Литковец Ю. Гендерные особенности названий должностей
и профессий в франко-украинском переводе 420

Литовченко Д. Этнокультурная стереотипизация мусульман в манипулятивных технологиях англоязычных масс-медиа 428

Любченко Т. В. Типология перфекта в новогреческом языке 438

Мазепова Е. В. Концептуализация бинарной оппозиции правда-ложь в персидском языковом сознании 446

Маленький Б. И. Аргументация в контексте устной коммуникации: концептуализации понятия и методы эмпирического лингвистического анализа 469

Ничаенко И. И. Ключевые концепты испанской и украинской лингвокультур 479

Орличенко Е. В. Передача португальских пословиц и поговорок средствами украинского языка 484

Остапенко М. П. Античные истоки современных манипулятивных технологий 496

CONTENTS

Aydachych D., Nepop-Aydachych L. Serbian and Ukrainian phraseological units with the plant name as a component in comparative perspective 3

Alekseieva T. Strategies of blaming and encouragement in interpersonal communication (adult-child) 15

Andriievska E. Current trends of French electronic lexicography 24

Androshchuk O. On Peculiarities of Dialogue Translation in the Novel "Twilight: New Moon" By Stephenie Meyer 34

Afanasyeva O. Research criteria for ritualized communicative practices 46

Babyre O. The concept of SUSTAINABILITY in modern corporate culture 59

Bazylenko V. Features of the sport lexicon in hindi in modern publicism 78

Belova A. Virtualization of modern communication 86

Bilyk K. Application of log-likelihood function for comparison of two specialized corpora 97

Burbelo V. On modeling principles of discourse 104

Vertiienko H. The distant weapon in Young Avesta 120

Vozniyuk Y. Gastycs as a Reflection of National Identity (on the material of ancient sources) 129

Volovyk O. Functional aspect of a microcopy on corporate websites 135

Gladka V. On the scientific interpretation of the concept of colligation 143

Gladkovska A. Interpreting Emotive Verbs of Negative Influence in Film and Literary Translations of Fantasy 152

Goncharenko O. Loan words in the contemporary Chinese language and translation of terminology in the context of globalization 160

Hryhorash A. Translation strategies for phraseological units with negative connotation in the English political discourse 168

Hrytsaichuk K. Socio-lingual representation of Ukraine in the French media discourse in 2013 181

Grytsenko M. Crossover fiction and its target audience in translation 190

Gulei T. Neo-urbanization in modern English 203

Davydenko N. Social and legal terminology of Latin origin in the works of Ukrainian authors 210

Deykun O. The author's worldview and reality: reproduction of nadsat in the Ukrainian translation (based on the a. burgess works) 219

Demyanenko N. Semantics features of Polish and Ukrainian comparative phraseology 228

Dmytruk O. The modelling of a communicative situation to implement a long-term mind manipulation plan 235

Dovbyshchenko F. The structure of communication of the book one of Herodian's treaty "The history of the Roman Empire" 242

Dokuchaieva K. The Image of Hades in the Ancient Greek Literature and Mythology: Cognitive and Linguoculturological Perspectives 253

Dotsenko N. The intermedial strategies of memory phenomenon representation in Patrick Modiano novels 259

Dudar V. Media linguistic nature of political metaphor in the television interview genre 269

Ekshmidt V. Verbal Manipulation: Persuasion and Suggestion 275

Zholudenko A. Jargon lexicon of German youth 282

Isayev S. Words Denoting Food in Chinese Idioms As Markers of Cultural Code 286

Kalenychenko M. Predicativity and modality as semantic indications of impersonal sentence 296

Karataieva M. Media convergence and cultural and educational role of world famous brands' discourse 304

Karpenko I. The influence of new information technologies in the formation on the professional competence of future teachers of English 318

Kasianova O. Acoustic variability of /ʊ/: combinatorial y position variants 324

Klymenko L. The Rhetoric of French artistic posters 337

Kovtoniuk N. The Semantic Concept of Carnival as a Code of Reading the Discourse of Maidan 347

Kozlovskyi V. The tactics of construction and interpretation of structural und semantic models (based on the simple sentences of the German language) 358

Krysalna I. Communictive representation of the concept ANGEL (based on contemporary English commercials) 365

Kuzmina K. Teaching translation: sharing the experience 389

Kutuzova T. Emotional concepts and non-verbal components of their objectivization 397

Lazer-Pan'kiv O., Markina R. Peculiarities of human intellectual abilities metaphoric representation in Ancient Greek proverbs 405

Litevchuk P. Onomatopoeia in the Latin, French and Ukrainian languages (comparative aspect) 415

Litkovets Y. Gender specifity of jobs and professions titles in French Ukrainian translation 420

Lytovchenko D. Ethnocultural stereotipization of muslims within manipulative technologies of English-speaking mass-media 428

Liubchenko T. The typology of the Modern Greek Perfect 438

Mazepova O. Conceptualization of the truth-lie binary in the Persian lingual consciousness 446

Malenkyi B. Argumentation in the context of oral communication: modern approaches to its conceptualization and empirical methods of linguistic analysis 469

Nichaienko I. Key concepts of Spanish and Ukrainian linguocultures 479

Orlytchenko O. Transmitting of Portuguese proverbs and sayings into Ukrainian 484

Ostapenko M. The ancient origins of modern manipulation tactics 496

Наукове видання

МОВНІ І КОНЦЕПТУАЛЬНІ КАРТИНИ СВІТУ

Збірник наукових праць

Випуск 1(52)

Друкується за авторською редакцією

Формат 60x84$^{1/16}$. Ум. друк. арк. 29,8. Наклад 100. Зам. № 215-7525.
Гарнітура Times New Roman. Папір офсетний. Друк офсетний. Вид. № Іф10
Підписано до друку 14.12.15

Видавець і виготовлювач
ВПЦ "Київський університет",
б-р Т. Шевченка, 14, м. Київ, 01601
☎ (044) 239 32 22; (044) 239 31 72; тел./факс (044) 239 31 28
e-mail: vpc@univ.kiev.ua
http: vpc.univ.kiev.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 1103 від 31.10.