КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

Мовні і концептуальні картини світу

Випуск 55

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

ВІДПОВІДАЛЬНИЙ РЕДАКТОР	А.Д. Бєлова, д.філол.н., проф.
РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ	Ш.Т. Апрідонідзе(ІнститутгрузинськоїмовиАНГрузії), д.філол.н., проф.; Р. Бальсис (Клайпедський університет), д.філол.н., проф.; А.І. Бєльський (Білоруський державний університет), д.філол.н., проф.; І.В.Кононенко (Варшавський університет), д.філол.н.; В.Д. Старичонок (Білоруський державний педагогічний університет ім. Максима Танка), д.філол.н., проф., В.Б. Бурбело, д.філолн., проф., І.О. Голубовська, д.філол.н., проф.; Н.Ю. Жлуктенко, к.філол.н., проф.; В.І. Карабан, д.філол.н., проф.; Н.Ф. Клименко, д.філол.н., проф.; Н.М. Корбозерова, д.філол.н., проф.; Г.Г. Крючков, д.філол.н., проф.; О.С. Снитко, д.філол.н., проф.; Л. І. Шевченко, д.філол.н., проф.; Л.В. Коломієць, д.філол.н., проф.; О.І. Чередниченко, д.філол.н., проф.
Адреса редколегії	01033, Київ-033, б-р Тараса Шевченка, 14 Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Інститут філології, тел. 239-32-58
Рекомендовано	Вченою радою Інституту філології 04.12.2015 (протокол №5)
Зареєстровано	Міністерство юстиції України (свідоцтво про державну реєстрацію КВ № 16155-4627Р від 11.12.2009 р.) Постановою президії ВАК України протокол №1-05/5 від 01.07.10
Відповідальний за випуск	О.С. Снитко, д.філол.н., проф.
Адреса видавця	04080, Україна, м. Київ-80, а/с 41 Тел./факс: (044) 227-38-48, 227-38-28; www.burago.com.ua, e-mail: info@burago.com.ua

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 дискети не повертаються.

© Київський національний університет імені Тараса Шевченка, ВПЦ "Київський університет", 2015

УДК 929: 81 Жлуктенко Ю.О.

Жлуктенко Н.Ю., к.філол.н., проф.,
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ У ЖИТТІ ЮРІЯ ЖЛУКТЕНКА

Статтю присвячено одному із засновників романо-германської філології в Україні, доктору філологічних наук, професору Юрію Олексійовичу Жлуктенку (1915-1990), його формуванню як науковця та його внескові у розвиток філології, перекладознавства та методики викладання іноземних мов у Київському університеті ім. Т. Шевченка.

Ключові слова: *професор Ю.О. Жлуктенко, особиста історія, історія покоління, становлення, видатний науковець, науковий керівник, спогади.*

Звернення до доробку Юрія Жлуктенка, одного із засновників романо-германської філології в Україні, в стінах Київського національного університету імені Тараса Шевченка, у рамках Міжнародної наукової конференції «Сучасна філологічна наука в міждисциплінарному контексті», обумовлене не лише вшануванням його столітнього ювілею – адже саме тут Юрій Жлуктенко формувався як науковець й здійснив чимало новаторських дослідницьких та освітніх проектів.

Наш стислий науково-біографічний огляд має за мету наголосити на особистій історії Юрія Жлуктенка в стінах Київського університету. Висвітлити значення наукових проектів дослідника – завдання для лінгвістичних чи перекладознавчих праць. Ця ж розвідка-спогад викликана до життя тими змінами, що відбуваються на межі ХХІ ст. у багатьох текстуальних практиках: не лише у художній творчості чи в літературно-критичному аналізі, а й у науково-біографічному нарисі зараз зростає інтерес до того, аби в модусі об'єктивної оцінки доробку вченого не втратити особистісного виміру. Така методологія близька філософським засадам нового історизму, згідно з якими науковий чи духовний досвід минулого постійно потребує оцінки не лише в історичній, а й у сучасній для реципієнтів перспективі. Задля цієї мети звертаємося до свідчень особливого типу – документів та матеріалів сімейного архіву, епістолярію, особистих спогадів, які були об'єктом і ресурсом даної розвідки.

Вибір Юрієм одного з гуманітарних факультетів нашого вишу як середовища професіонального вишколу деякою мірою можна вважати парадоксальним. Як перед тим і його старших братів та сестер, пошук знань рано відправив юнака «в люди», адже семикласна школа в сільській місцині, де він народився й зростав, була рідкістю. Завершувати освіту Юрію довелося на Донбасі: з 1931 року він працював на шахті в Красноармійську й навчався у гірничопромисловому училищі (1931-1933), де й здобув кваліфікацію електрозварника. Влітку 1937 р. він вирішив продовжити навчання в політехнічному інституті в Ленінграді. Прямого залізничного зв'язку з Ленінградом не було, в Києві довелося робити пересадку. І та зупинка докорінно змінила життєві плани Юрія Жлуктенка: він прийшов до приймальної комісії Київського університету подавати заяву на щойно створений там факультет західноєвропейських мов та літератур, чим, до речі, вельми здивував її членів, які активно заохочували

його надати перевагу якомусь іншому, природничому факультетові. В цьому раптовому життєвому повороті спрацювали, напевно, емоції, романтичне захоплення київською старовиною, Університетом, але саме так, тоді й назавжди, визначився подальший життєвий шлях майбутнього вченого.

Студентське життя в Університеті передвоєнних років практично не залишало вільного часу. Англійську мову Юрій та його однокурсники почали вивчати з нуля, так званим прямим методом, а їхній викладач – репатріант з Америки, вміло робив вигляд, що не володіє жодною іншою мовою, крім англійської. Система фахової підготовки нового факультету в навчальному плані передбачала абсолютно паритетну роль мовних й літературних курсів. Перші київські філологи романо-германці зацікавлено сприймали мовознавчі курси, зокрема курс загального мовознавства, що його читав професор Михайло Калинович. Історію зарубіжної літератури на факультеті викладали провідні фахівці цієї галузі в Україні – знавець середньовіччя професор Іван Шаровольський, один із засновників українського шекспірознавства професор Сергій Родзєвич, а зарубіжну літературу XIX століття – професор Стефан Савченко. Усі – ерудовані, залюблені у свою справу дослідники, блискучі викладачі. Списки літератури обов'язкового читання, судячи з конспектів моєї матері, Зої Іванівни Звінської, були великими, що не викликало, втім, ремствування студентів. Крім лекцій у червоному корпусі, осердям професійного вишколу для Юрія вже тоді стає університетська бібліотека. Він – один із успішних студентів, відмінник навчання. На фотографії з університетської газети довоєнного часу, що дивом збереглася, він виглядає впевненим і щасливим.

На четвертому курсі під впливом лекцій професора С.В. Савченка пріоритети професійної спеціалізації у Юрія Жлуктенка були радше літературознавчі, ніж лінгвістичні. Принаймні не тільки драматизмом історичного моменту, на нашу думку, можна пояснити те, що іспит із зарубіжної літератури, що його в останні дні червня 1941 р. він складав професору Савченку, запам'ятався йому в таких деталях. Через роки воєнних випробувань Юрій зберіг пам'ять про те, як слухав Стефан Володимирович його розповідь про поезію французького символізму, як ставив оцінку, як тепло, по-батьківськи, обіймав студентів-призовників. Учитель насправді прощався зі своїми останніми студентами: в евакуації, 1942 р. професор Савченко помер від голоду й тяжкої хвороби.

Військову службу Юрій Жлуктенко почав рядовим, інструктором-перекладачем штабу 5-ї армії, у складі якої у вересні 1941 р. потрапив у оточення і тоді ж зазнав першої тяжкої контузії. В офіційній історії цих подій початку війни нескоро з'являться скупі свідчення про те, як гітлерівцям вдалося розсікти на невеликі частини відступаючі дивізії, про тисячі полеглих бійців та командирів, про перші «котли» та третину особового складу 5-ї армії, яку окупанти захопили в полон. Чудом уникнувши загибелі, Юрій повертається до Києва, де переживає тяжкі роки окупації, працює чорноробом, переховується від облав, хворіє. Після звільнення Києва відразу повертається до армії: за записом у книжці червоноармійця Ю. Жлуктенка, вже 9.11.1943 він вдруге мобілізований, рядовий стрілок у 68-ому Апостоловському інженерно-саперному батальоні, де опановує нову для себе й одну з найважчих військових професій.

Попереду були сотні кілометрів воєнних доріг, тонни землі, перекопаної на лініях оборони, небезпека при наведенні понтонних мостів, і найбільш небезпечне – мінування. Свою першу нагороду – знак «Відмінний сапер», який отримав у серпні 1944 р., Юрій серед інших медалей та орденів цінував особливо. Брав участь у звільненні Румунії, Болгарії, Югославії, у важких боях в Угорщині. Перемогу й кінець війни старший сержант Жлуктенко зустрів у Австрії.

Крім скупих записів у документах, на які спираємось, особиста історія Юрія Жлуктенка з осені 1943 р. й до осені 1946 р. має джерело епістолярне. У дні звільнення Києва він випадково зустрів на вулиці свою однокурсницю, Зою Звінську. У листах-трикутничках від нього моїй матері маємо прямі свідчення про цей етап життя Юрія Жлуктенка. Листування це суто дружнє, спілкуються однокурсники на «ви», а одним з головних предметів, який вони постійно обговорюють, є Університет. Відродження, не просто відбудова Університету постає для обох запорукою й смислом повернення до мирного життя. Зоя Звінська екстерном закінчує навчання, як усі кияни, розбирає руїни Хрещатика й, отримавши диплом, починає викладати в Університеті англійську мову. Юрій же у листах постійно запитує про зміст курсів та іспитів, про викладачів та студентів, що повернулися до викладання та навчання. За кілька місяців несподівано на польову пошту Юрія надійшов лист від його колишнього однокурсника, у військовій кар'єрі якого не було перебування на тимчасово окупованій території. Зміст того листа він передає своїй адресатці як пряму загрозу: «Горе вам!» – тим, хто там опинився. З подальшого листування зрозуміло, що й у оточенні Зої Звінської зринають подеколи такі репліки. Певний час думки про Київ та Університет здаються Юрію марними. Але Перемога робить своє. Демобілізований у серпні 1945 р. з бойовими нагородами, колишній четвертокурсник знову в університетських аудиторіях.

Останній рік навчання повністю відданий тому, аби надолужити втрачений час. Юрій Жлуктенко знову – перший у навчанні. Його дипломну роботу про історичні хроніки Шекспіра високо оцінила кафедра зарубіжної літератури. Її завідувач і керівник диплому – професор Агапій Пилипович Шамрай пропонує Юрію вступати до аспірантури, а завідувачка кафедри англійської мови, доцент Наталя Володимирівна Калачевська, планує для нього години навантаження. З офіційним свідоцтвом про направлення на роботу в Київський університет, Юрій разом із іншими студентами та викладачами їде до трудового табору у Ворзелі – заготовляти дрова для опалення університету. Тим часом ситуація стрімко й докорінно змінюється.

Професор А.П. Шамрай, щоправда з певною гіркотою, відмовляє Юрію у вступі до аспірантури, доцент Наталя Калачевська ще якийсь час бореться за його право викладати англійську мову на кафедрі. Але почувши від неї думку про себе одного із проректорів («поки його не заарештовано і він не під слідством, може викладати»), Юрій Жлуктенко приймає інше рішення. Знайдена мною у старому записнику батька 1950-х рр. фраза відомого французького історіографа XIX ст. Огюстена Тьєрі про те, що аби добитися успіху, людина має народитися у відповідний час, набирає в цьому контексті особливого значення. Колективна історія покоління кінця 1940-х явно переважує історію особисту, ламає індивідуальні зусилля, нехтує романтичною відданістю професії. Через багато років, вже в якості декана факультету Університету імені

Т. Шевченка Юрій Жлуктенко дізнається про деталі й авторів ницого доносу, який завадив тоді реалізації його заповітних мрій. Восени 1949 р. під приводом скорочення штатів звільнили з університету й мою матір, Зою Звінську.

Особиста історія Ю. Жлуктенка між осінню 1946 й весною 1969 р., коли його запросили повернутися до Київського держуніверситету, звісно, мала відбиток гіркоти, хоча студентські роки й улюблених викладачів батьки згадували часто й з незмінною теплотою. Юрій Жлуктенко, між тим, невтомно набував і професійного філологічного досвіду, й навичок організатора освітянської справи. У невеликому Київському інституті кіноінженерів, куди 1946 р. прийшов викладати іноземні мови, він створив і очолив кафедру однодумців (серед них були і його колишні однокурсники), які сприймали навчання інженерів кіноіндустрії іноземним мовам як експеримент, у якому необхідно поєднати технологічну й гуманітарну складові. З теплотою згадуватиме він своїх перших студентів – недавніх учасників війни, які завзято й мотивовано співпрацювали з молодими, як і вони самі, викладачами. У Київському політехнічному інституті, який згодом поглине й розчинить у своєму левіафанівському череві цю групу ентузіастів, Ю.О. Жлуктенко затримається недовго: після захисту 1954 р. кандидатської дисертації в Москві його запросять очолити кафедру іноземних мов у Київському фінансово-економічному інституті (згодом – Інститут народного господарства), який саме починає своє нове життя в Києві.

У новому виші Ю. Жлуктенкові щастить: серед залюблених у свою справу фахівців-математиків, знавців географії та статистики, тут працювали талановиті гуманітарії: один із перших дослідників історії Запорізької Січі професор Володимир Голобуцький, його учень та однодумець Йонас Рознер, у майбутньому – теж дослідник історії козаччини й доктор історичних наук. Ректор же фінансово-економічного інституту Павло Васильович Кривень, задоволений злагодженою роботою невеликої кафедри іноземних мов, всіляко підтримує й особистий проект доцента Жлуктенка, а саме вивчення проблем мовних контактів на матеріалі мови української діаспори США та Канади – отже, й перші публікації з проблем докторської дисертації Юрія Жлуктенка вийдуть під скромними обкладинками збірок цієї неспеціальної кафедри.

Саме цей виш рекомендуватиме його і до участі у першій групі викладачів із СРСР, які отримали шанс на стажування у Сполучених Штатах. Літній семестр 1965 р. у Джорджтаунському університеті поблизу Вашингтона надав особливого імпульсу науково-дослідній та методичній роботі вченого. Вже тоді, й у чомусь – йдучи від супротивного від побаченого у Джорджтауні, де у практиці викладання англійської мови для іноземців домінував принцип так званого drilling'у – зміцнюється його переконання про необхідність дотримуватися специфіки у підготовці перекладачів, про важливість досліджувати мотиваційні чинники студентів, вивчаючи їх у царині психолінгвістики. Все це згодом стане предметом його практичних зусиль та наукових праць.

Повернувшись на Батьківщину, Юрій Жлуктенко натхненно завершує свою докторську дисертацію з проблем міжмовних контактів і 1968 р. в Ленінградському університеті успішно її захищає Весною ж 1969 р. відбувається черговий несподіваний поворот у долі дослідника – його запрошено повернутися до своєї alma mater, завідувати кафедрою англійської філології, а також виконувати обов'язки декана факультету

іноземних мов. За майже два роки роботи на посаді декана, ще до офіційного обрання у 1971 р., Юрій Олексійович переконався, що на кожній із тодішніх мовних кафедр чимало досвідчених висококваліфікованих викладачів. І все ж відчуття того, що він перебуває на свого роду курсах іноземних мов, нехай навіть високого ґатунку, його не полишало. Необхідність зміни вектора у підготовці фахівців заохочує його тут і зараз створити умови для поглибленої науково-дослідницької роботи. Організована ним спецрада із захисту кандидатських дисертацій розпочала працювати в 1970 році. Створити її у такий короткий термін можна було лише за умови об'єднання фахівців мовників та літературознавців. Ю. Жлуктенко добивається цього, його проект підтримав ректорат, він затверджений союзною Атестаційною Комісією. Я мала можливість спостерігати за роботою цієї інстанції «з середини», і не можу не зазначити, наскільки плідною була тоді взаємодія представників цих двох відгалужень філології. Захисти що мовознавчих, що літературознавчих проектів відбувалися не формально, науковий діалог представників обох галузей філології здійснювався на найвищому рівні академічної коректності. До нас приїжджали опонувати найвідоміші на той час учені, й для київських викладачів усіх поколінь присутність на дисертаційних захистах була не примусом, а інтелектуальним задоволенням і вишколом. З часом, коли підросли власні кадри, до таких відомих знавців романо-германської філології, як професори О. Швейцер, В. Івашова, М. Анастасьєв, Є. Еткінд, С.Тер-Мінасова та ін., Юрій Олексійович ставив другими опонентами молодих доцентів-киян. Це було для них викликом, великою відповідальністю перед філологічною школою Київського університету й спонукало до невпинної, поглибленої роботи над собою.

Як наслідок, не тільки зріс відсоток захищених на факультеті дисертацій. Зміни відбувалися в інтелектуальному кліматі, у змісті й атмосфері наукових конференцій, у проблематиці науково-методологічних семінарів випускових кафедр. Зміна назви факультету іноземних мов спершу на факультет романо-германської філології, згодом – на факультет іноземної філології була не «маркетинговим ходом», як кажуть тепер, а логічним результатом діяльності декана та об'єднаного ним колективу.

Багаторічний власний досвід викладання іноземних мов у так званих неспеціальних вишах, уроки боротьби за збереження й удосконалення цієї роботи на посаді голови Науково-методичної комісії з іноземних мов при Мінвузі УРСР сформували у Ю.О. Жлуктенко повагу до такої спеціалізації й високе почуття відповідальності за цей аспект освітянської роботи. Тому велике місце в його організаторській роботі на посаді декана факультету належало упровадженню спеціалізації у викладанні іноземних мов. Він був ініціатором створення спеціальної кафедри теорії і практики перекладу в КНУ, на якій об'єдналися викладачі мов найвищого фахового рівня й ті, що мали власний досвід перекладацької майстерності. Тим самим підготовка перекладачів, яка вже тривала на факультеті з 1962 р., здобула легітимність й можливість згодом розвивати різні види перекладу й перекладознавства вже в царині різних національних мов – германських, романських, східних. Становленню ж кафедр іноземних мов для гуманітарних та природничих факультетів КНУ декан Ю. Жлуктенко сприяв і на рівні науково-організаційному – підтримував кадрові рішення, допомагав у встановленні контактів з керівництвом факультетів, а особливо – у вихованні наукових

кадрів: для нього як завідувача кафедри англійської філології та наукового керівника не існувало преференцій стосовно місця роботи потенційного дисертанта, фахову чи неспеціальну кафедру він чи вона представляє.

Особистісний чинник у подальшому досвіді Юрія Жлуктенка як керівника науково-дослідної роботи на кафедрі, факультеті, а пізніше – й у відділі Інституту мовознавства НАН України, вбачаємо у його особливих організаційних здібностях. Він умів згуртувати, надихнути колег на спільну працю, тож багатьом допоміг повірити у свої можливості. У покажчику наукових праць Професора – 20 монографій, із них 7 – його одноосібні, а інші – ініційовані ним комплексні дослідження, в яких він – не лише автор окремих розділів, а й відповідальний редактор, ангажований в усі складові проекту: від планування, наукового діалогу з авторами так само, як і до перемовин із видавництвами.

В особистій історії Юрія Жлуктенка кінця 1970-х – 80-х рр. дослідницькій складовій належить головна роль. Пріоритети його лінгвістичних інтересів формувалися в процесі власної праці – й прагнення долучити вітчизняних дослідників до нагальних питань життя мови в цивілізаційному й культурному просторі спрямовували його у царину контрастивної лінгвістики та соціолінгвістики, проблем словотвору й відповідно лексикографії, і звичайно ж, до проблем перекладу й перекладознавства, й так формували широкий спектр тем, які розробляли аспіранти та дисертанти під керівництвом Юрія Жлуктенка. Аналізуючи проблематику 43-х кандидатських досліджень, захищених під його керівництвом, можна побачити не лише динаміку зростання окремих учасників цієї філологічної школи. Четверо з них (Р.П. Зорівчак, О.Є. Семенець, Б.М. Ажнюк, І.Р. Буніятова) здобули згодом науковий ступінь докторів філологічних наук. Від 1970 р. до 1989 р., у процесі очевидного розширення дослідницького поля української філології, наукова школа Ю. Жлуктенка демонструвала готовність іти назустріч вимогам і викликам лінгвістики світового рівня. Здійснити це в умовах ідеологічних утисків та інших обмежень «присмеркового десятиліття» було непросто, про що знав науковий керівник на власному досвіді, однак у другій половині 1980-х його педагогічний дар актуалізувався на повну силу.

Підсумовуючи цей нарис про роль Університету в житті й творчості Юрія Жлуктенка, не можу не згадати про один із моментів його праці тут – а саме про святкування в 1985 році на урочистому засіданні Вченої ради факультету 70-річчя Професора. Цей день закарбувався в родинній історії особливою теплотою: пам'ятаємо зворушливе «Послання» ювіляру, виголошене латиною завідувачем кафедри загального мовознавства, незабутнім Станіславом Володимировичем Семчинським, вітання від колег-учених з усіх усюд, від кафедр та видавництв, від дисертантів, колишніх та сущих. Відповідаючи на вітання, професор Жлуктенко дякував адресантам, поіменно згадав Учителів, закінчив же своє слово подякою усім своїм Учням, наголосивши на тому, що саме їхня небайдужість, наснага, творча енергія спонукала його до власних пошуків й продовжує надихати його на нові зусилля.

І досі вихована й натхненні Юрієм Жлуктенком професори й доценти – основа навчального й наукового процесу кафедр західної філології та перекладу. Тож хочемо сподіватися, що традиція творчого діалогу з попередниками й спрямованість його у

вимір майбутнього, яку плекав Юрій Жлуктенко спершу як студент Київського університету, а згодом як один із творців Київської філологічної школи, матиме шанс на продовження у новому столітті.

Стаття надійшла до редакції 27.10.2015 р.

Жлуктенко Н.Ю., к.филол.н., проф.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

КИЕВСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ В ЖИЗНИ ЮРИЯ ЖЛУКТЕНКО

Статья посвящена одному из основателей романо-германской филологии в Украине, доктору филологических наук, профессору Юрию Алексеевичу Жлуктенко (1915-1990), его становлению как ученого и его вкладу в развитие филологии, переводоведения и методики преподавания иностранных языков в Киевском университете им. Т.Шевченко

Ключевые слова: *профессор Ю.А. Жлуктенко, история личности, история поколения, становление, выдающийся ученый, научный руководитель, воспоминания.*

Zhluktenko N.Y., Doctor of Philol.Sci., Professor
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

The article presents the author's reminiscences of Professor Yuriy Oleksiyovych Zhluktenko (1915-1990), of his formation as a scholar and of his influence on the development of philology, translation theory and methodology of teaching foreign languages at Taras Shevchenko Kyiv university.

Keywords: *professor Yuriy Zhluktenko, personal history, generation history, formation, outstanding scholar, scientific adviser, reminiscences.*

УДК 929: 81 Жлуктенко Ю.О.

Чередниченко О.І., д.філол.н., проф.,
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

**НАУКОВА СПАДЩИНА Ю. ЖЛУКТЕНКА
В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ФІЛОЛОГІЇ ХХ СТ.**

У статті аналізуються основні напрями наукових досліджень Юрія Жлуктенка у галузях загального і германського мовознавства, соціолінгвістики, контрастивної лінгвістики і перекладознавства. Висвітлено здобутки вченого у розробці проблем мовних контактів, двомовності, національно-територіальної і соціальної варіативності мов, історії германістики, порівняльного вивчення германських і української мов, теорії і практики перекладу.

Ключові слова: *Юрій Жлуктенко, наукова спадщина, мовні контакти, двомовність, варіативність мов, соціолінгвістика, контрастивна лінгвістика, перекладознавство.*

Професор Юрій Олексійович Жлуктенко (1915-1990) належав до тієї когорти вчених, які глибоко усвідомлювали потреби розвитку української філологічної науки

в умовах, що не можна назвати сприятливими. Йому випало жити і працювати за часів тоталітарного режиму, який ідеологічно обмежував наукову діяльність, часто вдаючись до прямих заборон тієї чи тієї тематики, особливо в україністиці. Попри ці обставини вченому вдавалося бути на вістрі досліджень актуальної проблематики завдяки вмінню віднаходити резонансні питання в германській, романській і українській філології. Через те його не можна вважати лише германістом, позаяк він працював на стиках кількох філологічних спеціальностей. Юрій Жлуктенко був визнаним фахівцем у галузях загального і германського мовознавства, соціолінгвістики, порівняльно-історичного і типологічного мовознавства, перекладознавства, а також дидактики іноземних мов, зокрема української мови як іноземної.

Перу вченого належить низка фундаментальних праць з проблем мовної контактології, двомовності, варіантології, історії германських мов, порівняльного вивчення германських мов (англійської та німецької) і української мови, методології лінгвістичних досліджень. Особлива заслуга Ю.Жлуктенка пов'язана з дослідженням однієї з найдавніших германських мов – фризької і перекладами з цієї рідкісної європейської мови, що принесло йому визнання у Нідерландах, де він був удостоєний почесного звання академіка Фризької академії наук.

З 1969 до 1977 р. Ю.Жлуктенко очолював факультет романо-германської філології Київського університету імені Тараса Шевченка. Це був час інтенсивного розвитку факультету, відкриття нових спеціальностей, зокрема відновлення викладання східних мов (арабської, китайської і японської). Було організовано спеціалізовану раду для захисту кандидатських дисертацій з германських, романських мов і зарубіжної літератури, створено першу в Україні кафедру теорії і практики перекладу. На факультеті почали розробляти чимало наукових проектів, в тому числі з укладання сучасних двомовних словників, ініціатором і керівником яких був декан Ю.Жлуктенко. Його безперечний науковий авторитет і організаторський талант дозволили згуртувати і спрямувати команду молодих дослідників, які вчилися у нього скрупульозності, послідовності і наполегливості в отриманні результатів наукового пошуку.

Юрій Жлуктенко був надзвичайно чесним у науці і не терпів жодної фальші. Попри неминучу в ті часи ідеологічну складову він намагався уникати нав'язуваних штампів і гасел, неупереджено розглядати досліджувані мовні явища у всій їхній суперечливості. Про це свідчать, зокрема, і назви написаних ним одноосібно або у співавторстві монографій, які є науково виваженими та ідеологічно нейтральними: «Українсько-англійські міжмовні відносини» (1964), «Мовні контакти» (1966), «Лингвистические аспекты двуязычия» (1974), «Нариси з контрастивної лінгвістики» (1979), «Варианты полинациональных литературных языков» (1981), «Английские неологизмы» (1983), «Межьязыковые отношения и языковая политика» (1983), «Українська мова на лінгвістичній карті Канади» (1990) тощо.

Дотепер широко знаними є підручники, опубліковані Ю.Жлуктенком у середині минулого сторіччя: «Порівняльна граматика англійської і української мов», «Вступ до германського мовознавства» (співавтор Т.Яворська) і «Ukrainian» (Українська мова для англомовців), укладений у співавторстві з Н.Тоцькою і Н.Молодід. За багатьма

методичними параметрами, як стверджують фахівці, ці підручники переважають пізніші видання аналогічного змісту.

На відміну від панівної в радянській соціолінгвістиці думки про те, що результатом взаємодії мов є їхнє взаємозбагачення (достатньо згадати найпоширенішу в ті часи назву колективних видань «Взаимодействие и взаимообогащение языков народов СССР»), у працях Ю.Жлуктенка переконливо доведено, що процес мовного контактування є доволі суперечливим і може мати негативні наслідки, коли мови, що контактують, перебувають у нерівних умовах і одна з них зазнає тиску з боку іншої.

Термін метафоричного утворення «мовні контакти» (насправді контактують не мови, а носії мов) належить французькому лінгвістові А.Мартіне (*пор. фр*. langues en contact). Ним скористався американський дослідник У.Вайнрайх у своїй книзі «Languages in contact», майстерно перекладеній Ю.Жлуктенком російською мовою і виданій 1979 року з його власним коментарем і передмовою В.Ярцевої.

У мовознавстві терміни «мовні контакти» і «взаємодія мов» вживаються синонімічно, що спостерігаємо і в працях Ю.Жлуктенка. Проте він віддає перевагу другому як такому, що має ширше тлумачення й охоплює усю сукупність динамічних процесів, які викликають перенесення, копіювання чи втрату одиниць і моделей, закладених у мовній системі, і зумовлюють взаємне накладання диференційних ознак, переплітання артикуляційних та просодичних характеристик та ін. [1, с.21]. Вчений визначає типологію мовних контактів на основі критеріїв їхньої стійкості і тривалості. За його класифікацією мовні контакти можуть бути казуальними, або тимчасовими, та постійними, або перманентними, які, у свою чергу, поділяються на зовнішні та внутрішні. Зовнішні мовні контакти встановлюються в процесі спілкування мовних колективів, які входять до різних суспільно-політичних єдностей, розміщені на суміжних територіях та підтримують між собою постійні економічні, політичні, культурні та інші зв'язки (наприклад, між англійською й французькою мовами тощо). Внутрішні мовні контакти встановлюються в процесі спілкування мовних колективів, які складають одну суспільно-політичну єдність, живуть на одній території і ведуть спільне господарське, політичне та культурне життя (наприклад, між французькою і німецькою у Швейцарії, українською й англійською мовами у США і Канаді) [2, с. 7-8]. Внутрішні мовні контакти виникають за умов масової двомовності/багатомовності населення конкретної країни, причому нині це явище набирає значного розмаху внаслідок поширення глобальних мов, передусім англійської.

На прикладі української мови у США і Канаді Ю.Жлуктенко розкрив природу змін у фонетиці, лексиці і граматиці, зумовлених інтенсивним впливом панівної англійської мови. Ці зміни за умови їхнього прогресування могли б призвести до гібридизації і креолізації мови української діаспори в північноатлантичному ареалі. Однак цього не сталося. Головним чинником збереження рідної мови за обставин як позитивної, так і негативної інтерференції з боку панівної мови виявився людський чинник – усвідомлення мовною спільнотою небезпеки повної втрати своєї ідентичності, а відтак опір надмірному іншомовному впливу через вироблення власних норм мовлення, передусім писемного. При цьому зберігалися етнокультурні традиції, певна орієнтація на мовну норму материкової України завдяки підтриманню родинних

зв'язків, включенню, бодай частковому, у процеси масової комунікації з усією українською спільнотою (художня література, кіно, радіо, друкована преса). Охоронцями української літературної традиції в англомовному світі стали також оригінальні й перекладні твори письменників-емігрантів, які стверджували присутність української літератури в іншомовному соціумі.

Отже, пристосування мови до нових обставин її функціонування неминуче тягне за собою з'яву в її структурі специфічних рис, які можна описувати в термінах теорії мовного варіювання, тобто спочатку йдеться про утворення нових діалектів як форм усного спілкування, а згодом – формування на їх основі варіантів літературної мови. Натомість мова зберігає свою самобутню природу і зв'язок з метрополією.

У 50-60-і роки минулого століття, коли розгорталася наукова діяльність Юрія Жлуктенка, у радянському мовознавстві відбулася дискусія про мовний субстрат, яка поділила її учасників на тих, хто вважав, що наслідком перетворення мови на субстрат обов'язково має стати зміна мови, і тих, хто не погоджувався з такою думкою.

Поняття субстрату, як відомо, було запропоновано італійськими неолінгвістами, зокрема Г.Асколі, і характеризувало переможену мову.

Небезпідставно вважалося, що мова цивілізаційно потужнішої спільноти може перемогти функціонально менш розвинену мову і повністю витіснити її з ужитку. Такі випадки в історії людства були, однак вони пов'язані переважно з ранніми етапами розвитку людської цивілізації. Згадаймо, приміром, кельтський субстрат на території нинішньої Франції, так звану гальську мову, яка померла внаслідок романізації Галлії в античну добу, поширення в ній латини і формування на її основі нової неолатинської мови – французької, система якої досі зберігає окремі елементи кельтського субстрату. Подібні факти справді свідчать на користь концепції переходу від первинної до вторинної одномовності через тимчасову двомовність, яку розробляли У.Вайнрайх і А.Мартіне.

Однак за сучасних умов, і це переконливо довів у своїх працях Ю.Жлуктенко, колективної відмови від першої (рідної) мови практично не спостерігаємо. Таке можливо на рівні індивідуального білінгва, у свідомості якого друга мова оцінюється як престижніша (так званий вертикальний білінгвізм, за термінологією Л.-Ж.Кальве), що може потягти за собою відмову від першої мови і перехід до вторинної одномовності. Тож варто розмежовувати поняття індивідуального і колективного мовних субстратів. Останній на сьогодні не є реальністю, і це підтверджують факти відродження мов колись колонізованих народів, як-от суахілі у Східній Африці, кіконго, лінгала, кірунді і руанда – у Центральній, бамбара, волоф і фула – у Західній Африці, кечуа і гуарані – в Латинській Америці. Всі ці мови стали писемними, використовуються в освіті і літературній творчості поряд з колишніми колоніальними мовами (англійською, французькою, іспанською тощо).

Практична двомовність (не плутаймо її з офіційною двомовністю), а також багатомовність численних спільнот, які спостерігаємо у сучасному світі, є явищами довготривалими, зумовленими комунікативними і когнітивними потребами мовців. Розподіляючи свої функції в обслуговуванні різних сфер спілкування, перша, друга і наступні мови членів соціуму – національного колективу, дозволяють їм вирішувати

сукупність комунікативних завдань і при цьому зберігати свою ідентичність. Таким чином, стан одномовності, природний в історії людства, сьогодні не є актуальним, позаяк явища двомовності і багатомовності на базі першої (рідної) мови мовців набувають дедалі більшого поширення.

Незаперечним є внесок професора Ю.Жлуктенка в розробку актуальної соціолінгвістичної проблематики, пов'язаної зокрема з соціально зумовленою варіативністю мови, у тому числі полінаціональної/полі- етнічної. Видана 1981 року під його керівництвом і за його участі колективна монографія «Варианты полинациональных литературных языков» обґрунтовує необхідність розмежування таких понять, як діалект і варіант літературної мови, які часто-густо змішувалися. Як кваліфікувати ті різновиди англійської, французької та іспанської мов, які існують у США, Канаді і країнах Латинської Америки? У 60-70-і роки минулого століття було чимало дискусій на цю тему. Одні вважали їх діалектами, інші – національними/територіальними варіантами відповідних мов. У розділі монографії, який написав Ю.Жлуктенко, показано відмінності двох форм існування мови – діалекту як первинної форми, яка обслуговує переважно усне спілкування і не має письмово зафіксованої сталої норми, і варіанту літературної мови, який уживається не лише в усній, а й писемній сферах і прагне до вироблення власної літературної норми. Остання фіксує ті особливості, які відрізняють один варіант мови від іншого. При цьому варіанти літературної мови формуються на новій діалектній основі внаслідок перегрупування первинних діалектів, які були свого часу імпортовані на нові території вихідцями з метрополії. У разі співіснування декількох варіантів однієї мови можна говорити про наявність кількох «центрів іррадіації», тобто унормування мови, які взаємодіють, що дозволяє первинній (центральній) нормі впливати на вторинні мовні норми і навпаки.

Окремою темою соціолінгвістичних досліджень Ю.Жлуктенка була соціально зумовлена варіативність мови в межах національних кордонів. Соціальний діалект (*пор.* арго, сленг) як тип мовлення, пов'язаний з певною соціальною групою і позначений сукупністю фонетичних, граматичних і лексико-семантичних відмінностей, може бути і насправді є джерелом інновацій, які легко засвоюються носіями спільної мови. Тому говорити про його закріплення лише за певною соціальною групою було б помилкою. Саме на помилковість таких суджень звернув увагу Ю.Жлуктенко, коли розглядав теорію мовних кодів Б.Бернстайна [3]. Останній, як відомо, приписував середньому класу суспільства володіння так званим розвинутим мовним кодом (elaborated code), залишивши нижчим класам право користуватися обмеженим мовним кодом (restricted code).

Не заперечуючи соціальну стратифікацію мови, треба зазначити (і це зробив Ю.Жлуктенко), що представники тих чи тих соціальних верств, як правило, володіють не одним, а кількома мовними кодами, точніше кажучи – соціальними діалектами, якими вони користуються залежно від комунікативних ситуацій і рольових відносин.

Одна з пріоритетних галузей, в якій активно працював Юрій Олексійович разом зі своїми учнями, була названа ним контрастивною лінгвістикою, очевидно, під впливом англомовного терміна contrastive linguistics, який виник у США. Цей напрямок

був певним відступом від традиційного порівняльно-типологічного мовознавства, яке зосереджувалося на розробці типології збігів і розбіжностей зіставлюваних мов. Контрастивна лінгвістика визначила своїм завданням вивчення суто мовних розбіжностей, або контрастів, і цим відрізнялася від порівняльно-типологічного мовознавства. Це було зумовлено не лише дидактичними потребами, адже саме мовні розбіжності стоять на заваді опануванню іноземних мов. Важливого значення набули контрастивні дослідження для теоретичного і практичного перекладознавства, особливо у плані розбудови часткових теорій перекладу для конкретних пар мов і машинного перекладу. Вони дозволяли так би мовити інвентаризувати всі мовні розбіжності в конкретному бінарному зіставленні і накреслити шляхи та засоби подолання цих «мовних перешкод» (термін Ж.Мунена) у процесі перекладу.

Результатом контрастивних досліджень під керівництвом Ю.О.Жлуктенка стала опублікована 1979 р. колективна монографія «Нариси з контрастивної лінгвістики» і низка наступних праць включно із захищеними в Київському університеті ім. Т.Шевченка дисертаціями.

Важко переоцінити внесок Ю.Жлуктенка в розвиток українського перекладознавства, адже він був ініціатором створення на базі кафедри перекладу Шевченкового університету першого в Україні перекладознавчого видання – всеукраїнського наукового збірника «Теорія і практика перекладу», який згуртував довкола себе перекладачів і перекладознавців з Києва, Львова, Харкова, Сімферополя, Сум та інших міст. Вчений був членом редколегії і одним з авторів збірника з моменту його виходу у світ 1979 року і до кінця свого земного життя. Предметом його розвідок стали питання історії і теорії перекладу, лексичні проблеми перекладу з англійської і на англійську мову. Наприкінці 70-х і у 80-і роки він активно займався науковим і художнім перекладом з англійської, нідерландської і фризької мов, що дозволило йому випрацювати власні погляди на процес перекладання наукових і художніх текстів і той категорійний апарат, яким оперували перекладознавці.

У своїй статті «Проблеми адекватності перекладу» Ю.Жлуктенко обґрунтовує думку про недоцільність розмежування понять адекватності і еквівалентності перекладу, оскільки «в обох випадках йдеться про одне й те ж – ступінь відповідності текстів – оригінального і перекладного, які в ідеалі можуть бути тотожними, але на практиці цього майже не досягається. Як адекватність, так і еквівалентність перекладу ніколи не бувають повними [4, с.85]. Сьогодні важко погодитися з такою думкою, адже еквівалентність на формально-семантичному рівні вихідного і цільового текстів часто не гарантує однаковості їхніх функцій, а відтак і сприйняття. Інакше кажучи, еквівалентність текстів оригіналу і перекладу не є синонімом їхньої адекватності, яка передбачає тотожність інтелектуальних і емоційних реакцій на сприйнятий текстовий зміст представників різних культур.

Адекватність сприйняття перекладного тексту може досягатися як на базі семантичної еквівалентності, так і поза нею, коли значення і зміст вступають у суперечність і треба відступити від вихідного значення, аби адекватно відтворити функціональний зміст тексту-джерела. Якщо пошук еквівалентності пов'язаний з репродуктивною стратегією (застосування еквівалентів, прямі запозичення, калькування тощо), то

досягнення адекватності часто забезпечується адаптивною стратегією (різні типи замін, додавання,вилучення та компенсації). У цьому сенсі П.Ньюмарк вживає поняття семантичного перекладу, тобто перекладу на авторському рівні, і комунікативного перекладу, тобто перекладу на читацькому рівні [5, с.46-47, 282, 285].

Тож існує потреба в розмежуванні двох центральних категорій сучасного перекладознавства, яке, щоправда ще не досягло термінологічної єдності у царині їхнього вираження. Так, у західних школах поряд з терміном «адекватність» (*пор. англ*. adequacy, *фр*. adéquation) уживаються складні терміни «динамічна / прагматична / функціональна еквівалентність» (*англ*. dynamic / pragmatic / functional equivalence), які позначають одну й ту ж категорію, але часто саме їм надається перевага. Той факт, що свого часу Ю.Жлуктенко поставив в українському перекладознавстві проблему співвідношення двох названих категорій, обговорення яких ще не завершено, свідчить лише про передбачливість ученого, його вміння спонукати до наукової дискусії.

Відстань у 25 років з того часу, коли не стало Учителя, по-новому висвічує велич і вагу його наукового доробку, широчінь його поглядів на проблеми різних галузей філологічної науки. Наукова спадщина Юрія Жлуктенка потребує подальших досліджень з погляду її впливу на розвиток вітчизняної і світової філології. Майже недослідженим на сьогодні є питання рецепції праць ученого за кордоном, зокрема в Бельгії, де було перекладено французькою мовою і прокоментовано значну частину його монографії «Лингвистические аспекты двуязычия» [6]. Очевидно, настав час видати повний бібліографічний покажчик праць Ю.Жлуктенка включно з написаними ним рецензіями і захищеними під його керівництвом дисертаціями (понад сорок позицій), а також рецензіями на його праці. Це могло б дати величезний матеріал для молодих дослідників, адже постать професора Юрія Жлуктенка гідна бути справжнім взірцем самовідданого служіння науці і Батьківщині.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Жлуктенко Ю.А. Лингвистические аспекты двуязычия / Ю.О. Жлуктенко. К.: Вища школа, 1974. – 176 с.
2. Жлуктенко Ю.О. Мовні контакти / Ю.О.Жлуктенко. К.: Вид-во Київського університету, 1966. – 136 с.
3. Жлуктенко Ю.А. Теория языковых кодов Б.Бернстайна и её идеологическая направленность // Ю.А. Жлуктенко (ред.). Язык и идеология. К.: Вища школа, 1981. – С.10–23.
4. Жлуктенко Ю.О. Проблеми адекватності перекладу / Ю.О. Жлуктенко // Теорія і практика перекладу. К.: Вища школа, 1981. – Вип. 6. – С.85–91.
5. Newmark, Peter. A Textbook of Translation / Peter Newmark. London: Longman, 2000. – 292 p.
6. Zhluktenko Ju. A. Les aspects linguistiques du bilinguisme. Traduction du russe des pages 1 à 81, et lexique par Philippe Pochet. Bruxelles : Institut supérieur de l'Etat de Traducteurs et Interprètes, 1976-77. – 193 p.

Стаття надійшла до редакції 27.10.2015 р.

Oleksandr Cherednychenko, Doctor of Philol.Sci., Professor
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

YURIY ZHLUKTENKO SCIENTIFIC HERITAGE IN THE CONTEXT OF THE PHILOLOGICAL EVOLUTION IN THE 20TH CENTURY

Analyzed are the main trends of Yuriy Zhluktenko research in the area of general and Germanic linguistics, sociolinguistics, contrastive linguistics and translation studies. Highlighted are the scholar's achievements in developing issues of languages in contact, bilingualism, national, territorial and social variation in language, history of Germanic languages, comparative studies of Ukrainian and Germanic languages, theory and practice of translation.

Keywords: *Yuriy Zhluktenko, scientific heritage, languages in contact, bilingualism, variation in languages, sociolinguistics, contrastive linguistics, translation studies.*

Александр Чередниченко, д. филол. н., проф.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

НАУЧНОЕ НАСЛЕДИЕ Ю.ЖЛУКТЕНКО В КОНТЕКСТЕ РАЗВИТИЯ ФИЛОЛОГИИ XX СТ.

В статье анализируются основные направления исследований Юрия Жлуктенко в области общего и германского языкознания, социолингвистики, контрастивной лингвистики и переводоведения. Освещаются достижения ученого в разработке проблем языковых контактов, двуязычия, национально-территориальной и социальной вариативности языков, истории германских языков, сравнительного изучения германских и украинского языка, теории и практики перевода.

Ключевые слова*: Юрий Жлуктенко, научное наследие, языковые контакты, двуязычие, социолингвистика, контрастивная лингвистика, переводоведение.*

УДК 81’25-051Жлуктенко Ю.:81-11(477)

Літвіняк О. В., асист.
ЛНУ імені Івана Франка, м. Львів

РОЛЬ ЮРІЯ ОЛЕКСІЙОВИЧА ЖЛУКТЕНКА У ПОСТУПІ УКРАЇНСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЧНОЇ ДУМКИ

У статті розглянуто деякі аспекти наукової та організаційної діяльності професора Юрія Олексійовича Жлуктенка, які мали найбільший вплив на розвиток різних філологічних галузей в Україні. Зроблено спробу встановити їх роль та вагомість з погляду сучасного стану розвитку науки. При цьому враховано погляди колег та учнів ученого на його наукову спадщину.

Ключові слова: *Ю. О. Жлуктенко, перекладознавство, контрастивна лінгвістика, соціолінгвістика, методика викладання іноземних мов, лексикографія, переклад.*

Юрій Олексійович Жлуктенко (31.08.1915 – 04.02.1990) – український мовознавець, доктор філологічних наук (1969), професор (1969), іноземний член Фризької

Академії (1987 р., Нідерланди). Цю особистість можна охарактеризувати як людину енциклопедичної думки, філолога-германіста, педагога, соціолінгвіста, перекладознавця, контрастивіста, лексикографа, методиста і перекладача. Це людина, яка зуміла поєднати різні галузі філологічного знання і стати центром і, водночас, рушієм наукових досліджень у цих галузях у 1960-1980-х роках ХХ ст.

Про різні аспекти життя і діяльності Ю. Жлуктенка писали Н. Биховець [3], Н. Жлуктенко [5], Р. Зорівчак [17-19], Ю. Семчинський [27], О.Чередниченко [16; 20] та ін.

Варто зауважити, що саме Ю. Жлуктенко, поруч із іншими колегами-науковцями, зробив значний внесок у зміцнення позицій Києва як перекладозавчого та мовознавчого центру. Сюди відносимо не лише його наукові праці, хоч вони і складають значну частину його доробку. Важливою є і організаційна діяльність Ю. Жлуктенка.

Окрім своїх наукових зацікавлень, Ю. Жлуктенко присвячував значну частину власного часу різним адміністративним, організаційним та суміжним обов'язкам. За словами О. Чередниченка, Ю. Жлуктенко створив першу перекладацьку кафедру в Україні (вочевидь, ідеться про кафедру теорії та практики перекладу КНУ імені Тараса Шевченка, яка виникла 1971 р. і яку спершу очолив О. Семенець) [З доповіді О. Чередниченка на конференції «Національна пам'ять у філології: постать Юрія Олексійовича Жлуктенка», Львів, 2-3 жовтня 2015]. Як завідувач кафедр, декан, завідувач відділу Інституту мовознавства виконував різні відповідні обов'язки, що не завжди залишали час для наукової роботи (про що згадано в листах до Р. Зорівчак від 2 квітня 1974 р, 7 червня 1974 р., 10 лютого 1975 р, 8 липня 1979 р.), але які Професор намагався спрямувати на розвиток і удосконалення відповідних підрозділів. Зокрема, до його заслуг можна зарахувати початок викладання арабської мови в Університеті ім. Т. Шевченка та клопотання про відкриття груп з вивчення японської і китайської мов: «Цими днями нарешті розпочалось викладання арабської мови на нашому факультеті. Треба було знайти викладачів (одного з Ленінграду), «добитися», як у нас кажуть, прописки і квартири, скласти навчальний план і програму. Зараз це вже ніби все здійснилося. На черзі нові завдання – з нового року створити по одній групі японської і китайської мови. Для цього потрібен дозвіл з Москви, бо наше МВССО виявилося в цих питаннях надто боязким і нерішучим. Часом взагалі сумніваєшся, навіщо ця інстанція запроваджена» [18, с. 47]. Про ефективність роботи Ю. Жлуктенка як керівника згадує, зокрема, Н. Биховець у своїй статті «Видатний український мовознавець Юрій Олексійович Жлуктенко»: «професор Жлуктенко домігся включення до навчальних планів деяких германських, романських та східних мов. Зокрема, вдалося розпочати викладання таких східних мов, як арабська, китайська та японська. […] Згодом у навчальних планах університету з'явилися нідерландська та фризька мови [2, с. 34].

Ю. Жлуктенко був одним із засновників (1979 р.) періодичного перекладознавчого видання «Теорія і практика перекладу», що видавався на базі Київського університету [16, с. 11]. Був багаторічним членом редколегій журналів «Іноземна філологія» (Львівського університету) та «Мовознавство». Крім того, багато разів виступав головним або відповідальним редактором важливих наукових збірників, зокрема «Aktuelle Probleme der Gegenwärtigen Germanistik» (1975) [32], «Німецько-українські мовні паралелі. Порівняльно-типологічна граматика» (1977) [24], «Нариси

з контрастивної лінгвістики» (1979) [23], «Психолингвистическая и лингвистическая природа текста и особенности его восприятия» (1979) [26], «Порівняльні дослідження з граматики англійської, української, російської мов» (1981) [25], "Варианты полинациональных литературных языков» (1981) [4], «Язык и идеология» (1981) [30], «Английские неологизмы» (1983) [1], «Сочетаемость языковых единиц в германских и романских языках» (1983) [28], «Межъязыковые отношения и языковая политика» (1988) [22], «Языковые ситуации и взаимодействие языков» (1989) [31]. Бібліографія Ю. Жлуктенка включає 20 одноосібних та колективних монографій, де він був не лише автором чи співавтром або відповідальним редактором, але й ініціатором їхнього виходу в світ.

В Інституті мовознавства ім. О. О. Потебні Ю. Жлуктенка пам'ятають як засновника та першого керівника відділу романо-германського мовознавства (1975). Перші ж наукові проекти цього відділу стовідсотково відображали наукові інтереси і пріоритети свого фундатора – «Нариси зіставної граматики англійської, російської та української мов» (1975-1979) і «Варианты национальных литературных языков» (1975-1978) [21, с. 280-281].

Він був першим в Україні (до того деякі спроби робилися в Канаді), хто уклав та опублікував (разом із Н. Тоцькою та Т. Молодід) книгу для навчання англомовців української. Ю. Жлуктенка можна вважати засновником методики викладання української мови як іноземної. Із листів Ю. Жлуктенка до Р. Зорівчак дізнаємося, що публікація підручника «Ukrainian» була пов'язана із деякими труднощами. Так, у листі від 10 грудня 1973 р. читаємо: «Нарешті з'явився сигнальний примірник нашого підручника української мови «Ukrainian» – обскубаного до невпізнаності, але все ж з деякими ознаками колишнього оригіналу. Звичайно сигнальний примірник не прийнято довго затримувати, але цього разу сталося не так. Більше двох тижнів носили ми різні попередні видання до Літ'у, намагаючись врятувати герб Києва, але нам так і не пощастило: герб зняли. Види Києва, які сто разів раніше друкувалися, тепер здалися знятими «з пташиного польоту» і т.д. Ще ціла низка інших причіпок, і вже готових кілька тисяч книжок тепер будуть розривати і міняти в них різні частини. Зовні, однак, книжка має вигляд непоганий. Купити її буде неможливо, бо Укркниготорг замовив аж… 250 примірників. Та й на зовнішній ринок піде всього 5 тисяч. Шкода часу і праці… Якщо хтось у Львові зацікавиться цим підручником, то може ще можна замовити безпосередньо в видавництві «Вища школа» у відділі реклами (Київ, Гоголівська, 7). Навіть ми, автори, одержимо тільки по три примірники» [18]. За словами Н. Жлуктенко, щоб отримати дозвіл на публікацію цього підручника Юрій Олексійович змушений був пояснювати його доцільність керівництву ЦК КПУ.

Разом із М. Подвезьком уклав перший повоєнний англо-український словник [29]. Далі були й інші, проте не всіма Ю. Жлуктенко був задоволений, про що, зокрема, писав у деяких своїх листах до Р. Зорівчак (від 15 липня 1974 р., 16 серпня 1975р.), наприклад, у листі від 15 липня 1974 р він пише: «Словник, який я Вам послав, на жаль, дуже поганий. Дуже велика кількість моїх виправлень лишилася неприйнятою до уваги. Видавництво дуже поспішало, але в цілому видання затяглося на багато років. Але хоч поганий, словник такий був потрібен, хоча б тільки для того, щоб в

видавничих планах не забулася така рубрика» [18]. Втім, зараз не варто недооцінювати значення словників, співукладачем яких був Ю. Жлуктенко, адже свого часу, до початку «епохи Інтернету», вони відіграли надзвичайно вагому роль і були великою цінністю для студентів-аглістів.

Ю. Жлуктенко був першим, хто досліджував українську мову іммігрантів у США і Канаді, чим зробив значний внесок до розвитку соціолінгвістики та української діалектології. В СРСР не заохочували соціолінгвістичні дослідження. Він був першим українським дослідником, якому вистачило відваги досліджувати канадський і американський територіальний варіанти української мови з погляду лінгвістики й соціолінгвістики. Його монографія «Українсько-англійські міжмовні відносини. Українська мова в США і Канаді» (1964) – це перше повноцінне дослідження відносин між українською та англійською мовами в англомовному світі. Вона стала своєрідним «проривом» в цій галузі в Україні. Основними джерелами дослідження послугували: різні друковані видання (газети і книги) т. зв. прогресивних громадських організацій українських іммігрантів у США і Канаді; оригінальні рукописні листи іммігрантів у нью-йоркську газету «Українські вісті», надані її редактором Леоном Толопком; інформація, надана американськими українцями – поетом М. Тарнавським та його дружиною М. Тарнавською, поетом і публіцистом Джоном Віром, журналістом В. Білим, економістом В. Терещенком, Джоном Бойдом (Іваном Бойчуком) – головним редактором газети «Canadian Tribune», Н. Калачевською та ін. – особисто.

Одною із його заслуг в цій галузі є переклад книги «Languages in Contact» російською мовою, що не лише ознайомлювала читачів із однією із найвпливовіших праць у цій сфері на той час, але й сприяла усталенню соціолінгвістичної терміносистеми. В. Ярцева у листі до Ю. Жлуктенка писала, що в Москві «промайнула» лише невелика кількість книг, а тому до неї, як до автора передмови, почали звертатися з проханнями «дістати» видання Вайнрайха. До речі, переклад цієї монографії – індивідуальний проект, здійснений з ініціативи Ю. Жлуктенка, якому довелося зіткнутися з чималими труднощами, щоб отримати дозвіл на таку публікацію.

Новаторство та важливість внеску Ю. Жлуктенка у розвиток контрастивної лінгвістики в Україні полягає передусім у тому, що він фактично започаткував такі дослідження, сприяв уведенню в обіг основних термінів цієї галузі; уважно слідкував за останніми напрацюваннями з контрастивної лінгвістики за кордоном, про що потім писав у своїх статтях, намагаючись таким чином заохочувати своїх колег до розвитку цієї галузі досліджень.

Юрій Олексійович – автор першої порівняльної граматики англійської й української мов і першої української статті з теорії контрастивної лінгвістики (у співавторстві з В. Бубликом). «Порівняльна граматика англійської та української мов» заклала основи комплексного зіставного дослідження граматики цих двох мов. Автори наступних досліджень такого типу визнають першість та авторитетність праці Ю. Жлуктенка.

«Характерною рисою усіх робіт Ю. Жлуктенка з контрастивної лінгвістики є використання широкої джерельної бази, включаючи напрацювання радянських, а також польських, чеських, американських і угорських праць (що, за словами Р. Зорівчак,

було досить важко здійснити)» [17, с. 254]. Він підтримував наукові контакти з польськими дослідниками контрастивної лінгвістики, передусім з проф. Я. Фісяком, який заснував та періодично видавав журнал «Papers and Studies in Contrastive Linguistics», проте сам Ю. Жлуктенко там друкуватися не міг.

Дослідник підтримував тісні професійні контакти із науковцями СРСР та інших країн, що дозволило йому дізнаватися про останні новини в розвитку тієї чи іншої галузі. Пізніше це виливалося у ознайомчі узагальнюючі статті для ширшого кола дослідників.

Загальнотеоретичні дослідження Ю. Жлуктенка торкаються ключових принципів і понять контрастивної лінгвістики. Зокрема, він відмежовує контрастивну лінгвістику від типології, ареальної лінгвістики, порівняльно-історичного мовознавства; вказує на зв'язок контрастивної лінгвістики і психолінгвістики, логіки і семіотики. Дослідник приділяв багато уваги проблемам термінологічної доцільності і вважав синонімічність термінів на позначення контрастивної лінгвістики зайвою; не визнавав протиставлення термінів *порівняльний :: зіставний*.

Стаття Ю. Жлуктенка про зіставлення текстів з'явилася в той період, коли контрастивна текстологія лише починала розвиватися. У цій розвідці він по суті передбачив виникнення типології текстів. Запропонований ним контрастивний аналіз текстів, який за основу порівняння бере функціональну еквівалентність, значною мірою наближається до перекладознавчого аналізу.

«Аспекти контрастивної лексикології» заклали основи цієї галузі досліджень в Україні. Основою порівняння лексики Професор вважав семантику або комунікативно-експресивну функцію. Ю. Жлуктенко запропонував розуміння терміна *лакуна* суголосне поняттю *реалія* в перекладознастві, з чим лише частково погоджуються інші науковці, які здебільшого вкладають у цей термін ширше поняття. Щобільше, Ю. Жлуктенко запропонував використовувати термін *рівнева асиметрія засобів позначення,* який вдало описує процес використання описових фраз на позначення деяких понять, які в іншій мові позначаються одним словом. Термін, на жаль, не прижився в українському мовознавстві.

«Програмою» наукової діяльності Ю. Жлуктенка можна вважати сукупність таких настанов науковця: 1) робота в малорозвинених пошукових галузях; 2) ознайомча діяльніть (виявлялася передусім у його вступних та узагальнюючих статтях); 3) спроби заповнити культурні та наукові прогалини. Дотримання цих принципів допомагало Ю. Жлуктенкові розвивати українську лінгвістику (в широкому значенні цього поняття). Так, інтерес до ще не досліджених аспектів сприяв розвитку контрастивної лінгвістики, соціолінгвістики в Україні, викликав деякий інтерес до фризької культури, тощо. Дослідження мовних контактів стоять на межі між соціолінгвістикою і контрастивною лінгвістикою (з погляду сьогодення двома малорозвиненими пошуковими дисциплінами на той час), адже розглядають як суспільні та інші позамовні чинники, які впливають на контактуючі мови, так і аналіз взаємовпливу двох форм, зіставлення нормативних та модифікованих в процесі вживання елементів, тощо. Поруч із ними стоїть і двомовне словникарство.

Новаторство, як одна з ключових рис, що характеризують працю Ю. Жлуктенка, виявлялася в усіх планах його роботи. Можна скласти цілий перелік того, що він в

українській науці зробив вперше. Так, його досягнення не обмежуються описаними вище контрастивною лінгвістикою (із першою повною порівняльною граматикою української та англійської мов, першою статтею із теорії контрастивної лінгвістики, представлення контрастивної лексикології та пропозиції деяких термінів), перекладознавством (що виявилося передусім у його сприянні визнанню перекладознавства окремою спеціальністю для захисту кандидатських і докторських дисертацій) і соціолінгвістикою (перше дослідження контактів української та англійської мов на території Північної Америки, переклад книги У. Вайнрайха, випрацювання соціолінгвістичної термінології). Дух новизни пронизує й інші його праці, зокрема з методики викладання іноземних мов, де він був одним із першопрохідців у розробленні методики викладання української мови іноземцям, а також намагався удосконалити підходи до викладання у неспеціалізованих навчальних закладах, інтегрувати новітні підходи, зокрема деякі елементи методики Ч. Фріза та Р. Ладо. Стосувалося це і вибору текстів для перекладу, адже Ю. Жлуктенко брався лише за те, що раніше не перекладалося.

Попри свою багатоплановість і різноаспектність, уся дослідницька та перекладацька праця Ю. Жлуктенка була зосереджена навколо його професійних та наукових інтересів. Професійні інтереси (як викладача іноземної мови) підштовхнули Ю. Жлуктенка до розробки теоретичних принципів викладання іноземних мов, а також укладання підручників для школярів та студентів, які вивчають англійську та німецьку мови.

Наукові інтереси дослідника оберталися навколо центральної проблеми – вивчення мовних контактів – у різних формах. Сюди можемо віднести і порівняльну граматику як порівняння систем двох контактуючих мов та, водночас, посібник, який сприяв роботі викладача-практика (що входило в безпосереднє коло професійних інтересів Ю. Жлуктенка). Так само і перекладознавство має справу із ситуацією контакту двох мов та двох культур. Хоч, звісно, найбільший стосунок до цього має соціолінгвістика.

Вочевидь, просвітницьку мету Ю. Жлуктенко переслідував і коли брався за переклади з фризької й фламандської. Перекладів із цих маловідомих в Україні літератур на той час ще не було, тож своєю роботою Ю. Жлуктенко фактично відкривав українцям нову європейську культуру і літературу. (Варто зауважити, що у розвитку фризької мови і літератури можна прослідкувати деякі паралелі з розвитком українських мови і літератури). Вибір творів цілком невипадковий. Збірка фризької поезії «Над озерами білі вітрила» послідовно представляє поезію різних періодів фризької літератури, починаючи від XVII ст. і до 80-х рр. XX ст., що дозволяє читачеві отримати відносно цілісне уявлення про етапи розвитку поезії фризькою мовою. Водночас, роман «Верша» Рінка ван дер Вельде – один із найвідоміших романів цією мовою. Самого письменника вважають одним із найвидатніших у Фрисландії, а його твори, зокрема загадний вище роман перекладали різними мовами світу та навіть екранізували. Йос Ванделоо – відомий бельгійський письменник, якого також перекладають різними мовами світу. Переклади його творів в СРСР почали з'являтися російською ще до роботи Ю. Жлуктенка, проте повість «Небезпека» на той час ще не перекладалася. Актуальність творів цього письменника полягає у наростанні критичності тих соціальних проблем, про які він пише.

Єдиний відомий науковий переклад Ю. Жлуктенка цілком вписується у коло зацікавлень професора. Його зроблено для ознайомлення наукової спільноти із фундаментальною працею У. Вайнрайха, яка заклала основи дослідження мовних контактів. Цей переклад повинен був збагатити соціолінгвістичні дослідження, які проводилися в Радянському Союзі загалом та Україні зокрема. Для його публікації довелося деякою мірою модифікувати текст, щоб його визнали придатним до друку. Так, з тексту зникли деякі «небажані» уривки та наукові джерела. Натомість з'явилися додаткові коментарі та список джерел по темі, опублікованих в СРСР. Усі проведені з текстом маніпуляції підвищують «видимість» перекладача, що в художньому перекладі вважалося б неприпустимим. Попри це, книга була і залишається важливим джерелом наукової інформації. Її переклад сприяв також усталенню деякої соціолінгвістичної термінології. Крім того, усі доповнення та коментарі перекладача свідчать про надзвичайно ґрунтовну підготовчу роботу та додають перекладному тексту цінності.

Комплексний розгляд наукової спадщини Ю. Жлуктенка доводить, що Науковець зробив важливий внесок у розвиток контрастивної лінгвістики, перекладознавства, соціолінгвістики, лексикографії, методики викладання іноземних мов та деяких інших пошукових галузей в Україні. Його наукова сміливість та відданість ідеям поступу наукових досягнень дозволили заповнити деякі прогалини в багатьох ділянках української філології. Діяльність Професора була передусім підпорядкована просвітницькій меті. Його наукова і організаційна робота, а також уміння знаходити та розвивати молоді дослідницькі таланти відбилася на спрямуваннях розвитку окремих пошукових галузей. Крім того, за словами його учнів, Ю. Жлуктенко мав неабиякий авторитет у радянській науковій громаді 60-80-хх рр. ХХ ст. Покликання на праці Ю. Жлуктенка знаходимо в численних сучасних дослідженнях, що свідчить про релевантність його наукових ідей і в наш час.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Английские неологизмы / отв. ред. Ю. Жлуктенко. – Киев : Наукова думка, 1983.
2. Биховець Н. М. Видатний український мовознавець Юрій Олексійович Жлуктенко / Н. М. Биховець // Мовознавство. – 2015. – № 4. – С. 26-37.
3. Биховець Н. М. Ю. О. Жлуктенко у спогадах / Н. М. Биховець // Мовознавство. – 2010. – № 4/5. – С. 92-93.
4. Варианты полинациональных литературных языков / отв. ред. Ю. Жлуктенко. – Киев : Наукова думка, 1981.
5. Жлуктенко Н. З архіву Юрія Жлуктенка / Н. Жлуктенко // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Іноземна філологія. – 2006. – Вип. 40. – С. 54-56.
6. Жлуктенко Ю. А. Критерии эквивалентности при контрастивном анализе языков / Ю. А. Жлуктенко // Новые тенденции в изучении грамматики романских и германских языков / Под. ред. Е. Н. Стариковой. – К. : Изд-во при КГУ ИО "Вища школа", 1981. – С. 6-13.
7. Жлуктенко Ю. А. Контрастивная лингвистика и типология / Ю. А. Жлуктенко // Исследования по романской и германской филологии. – Киев : Вища школа, 1977. – С. 3-8.
8. Жлуктенко Ю. О. Контрастивна лінгвістика. Проблеми і перспективи / Ю. О. Жлуктенко, В. Н. Бублик // Мовознавство. – 1976. – № 4. – С. 3-15.

9. Жлуктенко Ю. О. Контрастивный анализ текстов / Ю. О. Жлуктенко // Лингвистика текста и обучение иностранным языкам. – К. : Вища школа, 1978. – С. 24-30.
10. Жлуктенко Ю. О. Порівняльна граматика англійської та української мов / Ю. О. Жлуктенко. – К.: Державне учбово-педагогічне видавництво «Радянська школа», 1960. – 161 с.
11. Жлуктенко Ю. А. Изучаем украинский язык / Ю. А. Жлуктенко, Е. А. Карпиловская, В. И. Ярмак. – Киев : Лыбидь, 1991. – 215 с.
12. Жлуктенко Ю. О. Ukrainian. Підручник української мови / Ю. О. Жлуктенко, Н. І. Тоцька, Т. К. Молодід. – Київ : Вища школа, 1973. – 351 с.
13. Жлуктенко Ю. О. Контрастивні аспекти лексикології / Ю. О. Жлуктенко // Мовознавство. – 1989. – № 6. – С. 3-9.
14. Жлуктенко Ю. А. «Малая Земля» и «Возрождение» Л. И. Брежнева на английском языке / Ю. А. Жуктенко, О. Е. Семенец // Теорія і практика перекладу. – Київ : Вища школа, 1979. – Вип. 1. – С. 24-34.
15. Жлуктенко Ю. О. Проблеми адекватності перекладу / Ю. О. Жлуктенко, О. В. Двухжилов // Теорія і практика перекладу. – Київ : Вища школа, 1981. – Вип. 6. – С. 85-91.
16. Зорівчак Р. Видатний український мовознавець / Р. Зорівчак, О. Чередниченко // Мови європейського культурного ареалу : розвиток і взаємодія. – Київ : Довіра, 1995. – С. 7-12.
17. Зорівчак Р. Україністика в інтелектуальному життєписі професора Юрія Олексійовича Жлуктенка : До 95-річчя з дня народження / Р. Зорівчак // Всесвіт. – 2010. – № 11-12. – С. 251-262.
18. Зорівчак Р. П. Мовознавчі роздуми у листах професора Юрія Олексійовича Жлуктенка (до сторіччя від дня народження) / Р. П. Зорівчак // Мовознавство. – 2015. – № 4. – С. 38-67.
19. Зорівчак Р. П. Україністика в інтелектуальному життєписі професора Юрія Олексійовича Жлуктенка / Р. П. Зорівчак // Філологічні трактати. – 2014. – Т. 6, № 1. – С. 160-168.
20. Зорівчак Р. П. Юрій Олексійович Жлуктенко (31.VIII.1915 – 4.11.1990) / Р. П. Зорівчак, О. І. Чередниченко // Теорія і практика перекладу. – Київ : Вища школа, 1991. – Вип. 17. – С. 172-179.
21. Інститут мовознавства ім. О. О. Потебні НАН України – 75, 1930-2005: Матеріали до історії / Редкол.: В. Г. Скляренко (відп. ред) та ін. – Київ : Довіра, 2005. – 565 с.
22. Межъязыковые отношения и языковая политика / отв. ред. Ю. Жлуктенко. – Киев : Наукова думка, 1988.
23. Нариси з контрастивної лінгвістики / відп. ред. Ю. Жлуктенко. – Київ : Наукова думка, 1979.
24. Німецько-українські мовні паралелі. Порівняльно-типологічна граматика / відп. ред. Ю. Жлуктенко. – Київ : Вища школа, 1977.
25. Порівняльні дослідження з граматики англійської, української, російської мов / відп. ред. Ю. Жлуктенко. – Київ : Наукова думка 1981.
26. Психолингвистическая и лингвистическая природа текста и особенности его восприятия / отв. ред. Ю. Жлуктенко. – Киев : Изд-во при КГУ ИО «Вища школа», 1979.
27. Семчинський С. В. Жлуктенко Юрій Олексійович // Українська мова: Енциклопедія. – К., 2000.
28. Сочетаемость языковых единиц в германских и романских языках / отв. ред. Ю. Жлуктенко. – Киев : Вища школа, 1983.
29. Українсько-англійський словник / уклад. Ю. О. Жлуктенко, Н. М. Подвезько. – Київ : Рад. Шк., 1952.

30. Язык и идеология / отв. ред. Ю. Жлуктенко. – Киев : Изд-во при КГУ ИО «Вища школа», 1981.
31. Языковые ситуации и взаимодействие языков / отв. ред. Ю. Жлуктенко. – Киев: Наукова думка, 1989.
32. Aktuelle Probleme der Gegenwärtigen Germanistik / відп. ред. Ю. Жлуктенко. – Київ: Вид-во при КДУ ВО «Вища школа», 1975.

Стаття надійшла до редакції 08.10.2015 р.

Litviniak O. V., Assistant Professor
Ivan Franko National University of Lviv

THE ROLE OF YURIY OLEKSIYOVYCH ZHLUKTENKO IN PROGRESS OF THE UKRAINIAN PHILOLOGICAL THOUGHT

The paper is focused on some aspects of scholarly and organizational activity of Professor Zhluktenko that were influential in terms of development of different branches of philology in Ukraine. The author attempts at determining their role and importance from the contemporary perspective. For this purpose, the opinions of his colleagues and students concerning his scholarly heritage are taken into account.

Keywords: *Yu. Zhluktenko, Translation Studies, contrastive linguistics, sociolinguistics, methodology of foreign language teaching, lexicography, translation.*

Литвиняк О. В., ассист.,
ЛНУ имени Ивана Франко, г. Львов

РОЛЬ ЮРИЯ АЛЕКСЕЕВИЧА ЖЛУКТЕНКО В РАЗВИТИИ УКРАИНСКОЙ ФИЛОЛОГИЧЕСКОЙ МЫСЛИ

Статья рассматривает некоторые аспекты научной и организационной деятельности профессора Юрия Алексеевича Жлуктенко, которые имели наибольшее влияние на развитие разных филологических дисциплин в Украине. Произведено попытку установить их роль и важность с точки зрения современного состояния развития науки. При этом во внимание принято мнения коллег и учеников ученого по поводу его научного наследия.

Ключевые слова: *Ю. А. Жлуктенко, переводоведение, контрастивная лингвистика, социолингвистика, методика обучения иностранным языкам, лексикография, перевод.*

УДК 811.111=161.2-115’373.7’25

O.Yu.Vasylchenko, Ph.D. (Philol.Sc.), Associate Professor
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

THE DEPARTMENT FOR FOREIGN LANGUAGE TEACHING METHODS AND APPLIED LINGUISTICS IN COMPARATIONE VERITAS

This article is dedicated to the memory of Professor Yu.O. Zhluktenko. It discusses the importance of the contrastive analysis of English and Ukrainian phraseological units for developing translation strategies with the focus on the target audience, standards and requirements of the target language, the purpose of translation, and many other linguistic and extralinguistic factors. Phrases with an onomastic component and their reproduction in translation were paid special attention to.

Keywords: *contrastive linguistics, comparative analysis, translation strategy, phraseology, proper name, creativity.*

Professor Yuriy Oleksiyovych Zhluktenko, the distinguished Ukrainian scholar of the second half of the 20th century, whose centenary of birth we commemorate this year, has made a considerable contribution to numerous academic fields and tremendously influenced the mindset formation of his followers. I take pride in having done my research with Prof. Yu.O. Zhluktenko as my dissertation advisor. I learned much from him. His findings on Comparative Linguistics, inter alia, proved very important in my teaching practice at the University.

Contrastive linguistics serves as much for translation as for other linguistic disciplines. Comparative textual analysis develops the ability to perceive and understand the source language text (SLT) through the eyes of another culture and language.

Contrastive descriptions of phraseological units in the languages under comparison aimed at finding similarities and differences in their etymology, ethno-specific coloring, expressiveness, as well as their idiosyncrasies at the lexical, syntactic, semantic and pragmatic levels facilitate second language acquisition, the elaboration of translation strategies, upgrading of bilingual lexicography. Phrases with an onomastic component may fairly illustrate all of the above. Very often they involve decision-making in translation, which depends on the degree of familiarity of proper names in both languages and cultures, their ethnic background, their place in the nominal classification as the result of a centuries-long selection process (from elevated to neutral and pejorative), etc.

Besides getting new information or aesthetic satisfaction, people obsessed with translation always analyze what they read or watch whenever something interesting in terms of finding correspondences in their languages (L1, L2/3, etc.) arises. They immediately turn the word/phrase/sentence every way in mind: An American tourist was puzzled by some inscrutable Canadian road signs, he asks: *What in the name of **Rob Ford** were the road signs trying to tell us?* [1] To understand the use of the proper name, it seems logical to check up on the facts: Rob Ford was Mayor of Toronto known for drinking and driving, smoking crack cocaine and other escapades. It is uncustomary for the Ukrainian language to use similar intensifiers with anthroponyms other than religious or mythological. But in colloquial

speech such practice may be perfectly acceptable. We should not wonder if we hear *Якого Кличка вирубати тополі в Києві!* Rendering the English sentence into Ukrainian depends on the target audience and the purpose of translation: *Якого Форда* (association with *чорта*) *зображено на цих дорожніх знаках! Що ці знаки намагаються нам розповісти – Форд їх знає! Таке міг намалювати тільки обкурений Роб Форд.* **Here and elsewhere a more felicitous phrase could obviously be coined in the TL.** The foreignization strategy might encourage inquisitive minds in looking up the name in reference sources. If the reproduction of the proper name leads to redundancy (e.g. in descriptive translation), a more familiar intensifier can be used in translation, e.g., as if the English version were *What on earth – що ж/ що у біса/ дідька...* . Other translation transformations, including semantic development or entire omission of the idiom in the TL, appear to be appropriate. American *Investigation Discovery* (*ID*) channel televises *Who The Bleep Did I Marry* episodes. *ID Xtra* in North East Europe replaced this by *Who On Earth Did I Marry*, Russian translation being *Брак по ошибке*. **It bears repeating that the translator's choice should be determined by a particular text type in the SL, corresponding register, frequency factor, cultural background of the target audience, standards and requirements of the TL, the purpose of translation, and many other important aspects.**

To restore the original segments of the text read or heard in translation is also a great temptation for the translator. Once, flipping through the channels, I caught the sentence: *Я прийду швидше, ніж ти скажеш «бублик з діркою»* (*Novyi Kanal*). I thought to myself it might be (among other options) *before/faster/quicker than you can say Jack Robinson* in the original. We are not using people's names to indicate something fast, instead *негайно, миттєво, швидко, не встигнути і оком моргнути/змигнути,* etc. serve as the counterparts of the English idiom. Thus, the Ukrainian translation seemed nonintuitive. My frantic search for the original text turned out to be unexpected: *Kokowddh* (*Спокусник*), a 2011 German film directed by Til Schweiger was on TV that day. It was released in German–speaking countries; therefore *Jack Robinson* "was beside the point". The Internet version of the film suggested *вареники* instead of *бублик з діркою*. I still could not guess why those culinary products appeared in translation. Til Schweiger is likely to have taken the main features of the dialogue between the characters in this scene out of *Pulp Fiction* (*Кримінальне чтиво*), a 1994 American black comedy crime film written and directed by Quentin Tarantino. Cf.: *Butch*: I'll be back before you can say Blueberry pie. *Fabienne*: Blueberry pie. *Butch*: Okay, maybe not that fast. But pretty fast, alright? [2] If that was the case, the word *вареники* despite domesticated translation, may be regarded as pragmatically equivalent to *Blaubeerkuchen*. Moreover, it is shorter than, e.g., *пироги з чорницею* and fits in screen translation. As far as a doughnut shaped bread roll with a hole is concerned, I have never seen it baked differently than ring-shaped. A doughnut may be without a hole, a *бублик* – never! If a deliberate malapropism was used in the TL, the decision may be considered justified. However, similar goofs are not always meant to produce a comic effect. E.g., in Russian TV series *Prosecutor's Investigation* (*Прокурорская проверка*) a travel agency was called *Райский Эдем*; a student-friendly canteen worker at our University wrote on the price label: *Хотдог (гарячий)*! English-speaking people demonstrate inventiveness substituting other words for *Jack Robinson* in the above saying: faster than you can say

lickety-split; faster than you can say *"How stupid am I?"*, etc. But the most remarkable substitute came about in Notting Hill, a 1999 British romantic comedy film. Cf.: *William*: I've only loved two girls in my whole life, both total disasters. *Max*: That's not fair. *William*: No really, one of them marries me and then leaves me **quicker than you can say Indiana Jones -** and the other, who seriously ought to have known better, casually marries my best friend [3]. Indiana Jones, the title character of the Indiana Jones franchise, a fictional archaeologist, and a womanizer left his fiancй a week before the wedding, so, the similarity to the previous situation is evident. Ukrainians also stand the pace: e.g.: *перш, ніж ти встигнеш сказати «кря»* [4]. It was also interesting to compare the film title *Kokowddh* and the way it was rendered into Ukrainian. The word *Kokowddh* is used imitatively (from French *Coq Au Vin – rooster in a wine sauce*). One of the dictionary meanings of the French word *coq* is *sйducteur* [5], which may explain the Ukrainian version of the title *Спокусник*, moreover, the main character, a handsome bachelor, happened to be in a maze of unhappy relationships.

To describe incomparable or incommensurable pairs of objects or persons various languages use similar or different linguistic means. Cf.: It's like trying *to compare apples and oysters/oranges/ pears/ plums/ lemons/ dishwashers* (*oranges with orangutans). You cannot compare ballet to jazz dance. You are mixing up cabbage with carrots. I talk to you of cheese, you talk to me of chalk* [6]. The latter could be an English translation of the familiar Latin quotation *Ego de caseo loquor, tu de creta respondes* (Erasmus) [7]. Even more unexpected comparisons may be observed in, e.g., Serbian (comparing *grandmothers and toads*) and Romanian (*the grandmother and the machine gun*; *the cow and the long johns*; *the gypsy and the marker*) [6]. Actually, such device is very expedient and frequent in metaphors, idioms, proverbs, sayings, puns, etc. Pink Floyd in their "Wish you were here" wonder *So you think you can tell heaven from hell*. Ukrainian demonstrates a remarkable versatility in the use of the device: *трошки гречки, трошки проса, трошки взута, трошки боса*; *порівнювати тепле з м'яким*; *не треба плутати червоне і солодке; летіли два крокодили, один зелений, інший – направо, не треба плутати довге з кислим*; *не треба плутати божий дар з яєчнею*; *я йому про цибулю, а він мені про часник; ти йому печене, а він тобі варене; їй кажи «овес», а вона каже «гречка»; ти йому про діло, а він тобі про козу білу; я йому про індики, а він мені про кури дикі; ти йому образи, а він тобі луб'я; ти йому кажи «отче наш», а він тобі — «од лукавого»; йому кажи «тату», а він каже «кату»; ти йому — стрижене, а він тобі — смалене*; etc. Some proverbs for dissimilarity may contain proper names unlike English versions under analysis: *ти йому про Тараса, а він тобі півтораста; хто про Хому, а він про Яремy* [8]. The proverb *на городі бузина, а в Києві дядько* is sometimes considered as matching the previous list but still possessing some bit of difference in connotation (*it's neither here nor there; it's clotted nonsense; it's a cock and bull story; it is strictly horse stuff; one foot here, one foot there*) [9]. It easily lends itself to renovations: ~, ***а в Києві – щастя/Євромайдан/хунта/Байден/Обама*; *~, а в Кремлі карлики/ Гітлер***, etc. Such renovations contain not so much alogisms as the warnings inherent in the earlier version of the proverb: *на городі бузина, а в Києві дідько.* Elder-berries had a fearsome reputation; Kyiv was known as the city of numerous bald mountains [10]. Wider contexts in which the decomposed set phrases are used may influence the choice of translation strategy. The

translation does not know any recipes. We can resort to replacement, descriptive translation, calqued translation (with the change of the image), etc. Here are a few examples that attempt to show that: *What's that got to do with the price of apples and the salary of the U.S. President*? *Forget 6ft1in* (Obama's height). *Beware of the Kremlin dwarves/Hitler! Never mind the tall, dark, and handsome. Beware of the vertically challenged!*

In proverbs and sayings containing a universally known anthroponym, the translator might come across challenges other than proper names, e.g.: *Багатий, як Крез, а живе, як пес – as rich as Croesus and still leading a dog's life* or to recreate the rhyme *as rich as Croesus but wearing old pieces.*

Divergence and convergence between linguistic features can be determined by comparing two or more languages, which helps unveil certain regulations in translation process. Comparative analysis is important at different linguistic levels, phraseology being the most difficult and fascinating area especially for foreign learners. It has never lost its topicality for the translator; this is where they may

display their knowledge of a foreign language and culture, the wealth of the TL resources, their translation competence and creativity.

P.S. After the article had been submitted for publication, my younger colleague, S. Danylina, who had read it in draft form, sent me the following example that illustrates creativity in the use of anthroponyms similar to ***Rob Ford*** mentioned above: *В Прибалтике мне часто кажется, что нет ничего абсурдней кремлевских стонов об «очернении прошлого» в бывших советских колониях. Ну, какое, к **Донатасу Банионису**, очернение? Магазин «Шапокляк» в центре Каунаса, памятник Юрию Лотману в Тарту, трехъязычная молодежь в рижских университетах, ухоженные советские дома-коробки в большинстве прибалтийских городов?* Зарубин К. Побег из империи [Электронный ресурс] / Константин Зарубин. – Режим доступа: http://snob.ru/selected/entry/96647?preview=print

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Do you speak Canadian road sign? // The Boston Globe [Electronic resource]. – Access mode : *https://www.bostonglobe.com/arts/2015/07/02/tycolumn/D39RVUckYXCyJRNTOd0sQP/story.html*
2. Quotes for Fabienne from Pulp Fiction [Electronic resource]. – Access mode : http://www.imdb.com/character/ch0001795/quotes
3. WordReference [Electronic resource]. – Access mode : http://forum.wordreference.com/threads/quicker-than-you-can-say-indiana-jones.2285521/
4. Questions&Answers [Electronic resource]. – Access mode : http://qa.zao.com.ua/chi-mozhe-pri-roboti-kolajdera-vidkrivshi-chornaja/+66
5. ABBYY Lingvo x5 : онлайн словарь [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.abbyy.ru/Default.aspx?DN=c6c70ba2-de72-472e-9f3d-292e9230e205
6. Online Encyclopedia Wikipedia [Electronic resource]. – Access mode : https://en.wikipedia.org/wiki/Apples_and_oranges
7. Familiar Latin Quotations [Electronic resource]. – Access mode : http://www.srinest.com/book_1225_chapter_7_FAMILIAR_LATIN_QUOTATIONS.html
8. Сапоги // Російсько-український словник сталих виразів [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://stalivyrazy.org.ua/everyfile.php?transfer=folders/es/sapogi.html

9. В огороде бузина, а в Киеве дядька // Русско-английский онлайн словарь «Мультитран» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.multitran.ru/c/m.exe?CL=1&s=%E2+%EE%E3%EE%F0%EE%E4%E5+%E1%F3%E7%E8%ED%E0%2C+%E0+%E2+%EA%E8%E5%E2%E5+%E4%FF%E4%FC%EA%E0&l1=1
10. В Огороде Бузина, а в Киеве Дядька // Наш Киев [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://video.infoua.org/video-89462-nash-kiev-v-ogorode-buzina-a-v-kieve-dyadka-ranok-inter.html

Стаття надійшла до редакції 27.10.2015 р.

Васильченко О.Ю., канд. філол.н., доц.,
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ІСТИНА У ПОРІВНЯННІ

Статтю присвячено пам'яті професора Ю.О. Жлуктенка. У статті розглядається роль порівняльного аналізу англійських і українських фразеологічних одиниць для вироблення перекладацьких стратегій з урахуванням специфіки цільової аудиторії, відповідності нормам мови перекладу, мети перекладу та інших мовних і екстралінгвістичних чинників. Особливу увагу приділено фразеологізмам з ономастичним компонентом і їх відтворенню при перекладі.

Ключові слова: *контрастивна лінгвістика, порівняльний аналіз, перекладацька стратегія, фразеологія, власне ім'я, креативність.*

Васильченко О.Ю., канд. филол.н., доцент,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

ИСТИНА В СРАВНЕНИИ

Статья посвящена памяти профессора Ю.А. Жлуктенко. Рассматривается роль сравнительного анализа английских и украинских фразеологических единиц для выработки переводческих стратегий с учетом специфики целевой аудитории, соответствия нормам языка перевода, цели перевода и других языковых и экстралингвистических факторов. Особое внимание уделено фразеологизмам с ономастическим компонентом и их переводу.

Ключевые слова: *контрастивная лингвистика, сравнительный анализ, переводческая стратегия, фразеология, имя собственное, креативность.*

УДК 811.11’374:39

Алєксєєва І.О., к. філол. н., доц.,
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

МОВНИЙ ВИМІР «ЗІТКНЕННЯ ІДЕНТИЧНОСТЕЙ» У КОМЕДІЇ СПОСТЕРЕЖЕННЯ (НА МАТЕРІАЛІ ВИСТУПІВ АНГЛОМОВНИХ АКТОРІВ – ДІТЕЙ ІММІГРАНТІВ)

У статті досліджуються комунікативні стратегії та мовні засоби, які допомагають англомовним комедійним акторам – дітям іммігрантів описувати шляхи формування своєї ідентичності в дитинстві та подальший конфлікт між елементами її структури (етнічною, національною та культурною ідентичностями), спричинений зіткненням між соціальними групами, до яких актори звикли себе відносити.

Ключові слова: *(етнічна, національна, культурна) ідентичність, ідентифікація, принцип когерентності, соціальна пересичення, конфлікт ідентичностей, комунікативна стратегія*

Особистість постмодерної людини вважається фрагментованою, оскільки формується різноманітними, іноді антагоністичними, дискурсами, практиками та ролями. Крім того, деякі аспекти ідентичності визначаються не стільки суспільством, скільки залежать від вибору самого індивіда, змушеного самостійно шукати своє «я» поміж розмаїттям опцій [11, с.20].

Проблеми індивідуальної та колективної ідентичності, які розглядалися раніше переважно в соціології та психології, все більше привертають увагу лінгвістів, чий внесок у дослідження ідентичності та пов’язаних з нею питань обіцяє бути значущим через особливості комунікативної природи процесу формування та актуалізації ідентичності. Спроби дослідити окремі аспекти ідентичності здійснювалися низкою вітчизняних та зарубіжних вчених. Наприклад, прояви національної ідентичності у дискурсі досліджувалися Рудольфом де Силлою, Мартіном Райзіглем та Рут Водак [10]; Аня Штукенброк вивчала колективну самоідентифікацію мовців німецької мови [8], Л.Н.Євсєєва запропонувала свій погляд на залежність національної ідентичності від стандартизації мови [4]; Н.Ф.Герман досліджує феномен лінгвокультурної ідентичності та її функціонування в міжкультурному спілкуванні [2]; активно вивчається ґендерна ідентичність, яка реалізується як в усній, так і в письмовій комунікації та впливає на вибір мовних засобів у перекладі [3]; увага лінгвістів приділяється вивченню професійної ідентичності [6]; вчені не обминають увагою і дискурсивні маркери релігійної ідентичності [7]. Також розрізняють індивідуальну та колективну ідентичності, розглядаючи ці явища в різних типах дискурсу (професійному (наприклад, педагогічному [14], мас-медійному [5]), міжособистісному і навіть астрологічному [1]).

Під ідентичністю розуміють результат осягнення індивідом самого себе. Згідно теорії соціального конструктивізму, ідентичність формується безліччю стосунків, які створюють точки тяжіння у житті людини – від близьких особистісних взаємин з друзями та родичами до стосунків між групами обумовленими етнічною, расовою та національною приналежністю. Таким чином, по-перше, ідентичність не є ані абсолютно

індивідуальною, ані абсолютно колективною: вона формується під час взаємодії між індивідом та ролями, які він виконує у дискурсі. По-друге, ідентичність – не статичний, а динамічний феномен: під впливом обставин та/або зміни ролей індивід може проводити ревізію свого уявлення про себе.

Для нашого аналізу доцільно залучити процесуальну теорію ідентичності (Identity Process Theory), розвинуту Брейквеллом [9]. За Брейквеллом, структура ідентичності концептуалізується з огляду на зміст та цінність та регулюється двома універсальними процесами, а саме процесом асиміляції-акомодації, який полягає в отриманні нової інформації та її «пристосуванні» до структури ідентичності. Подальший процес оцінювання надає змісту ідентичності сенс та цінність. Брейквелл також виділяє чотири принципи ідентичності: 1) розтягнутість в часі; 2) унікальність; 3) почуття впевненості та контролю над своїм життям; 4) почуття гідності та соціальної значущості. Якщо будь-який з цих принципів ідентичності порушується в наслідок, наприклад, соціальних змін, ідентичність опиняється під загрозою й індивід вдається до певних дій (стратегій) задля її усунення [9, с.78].

Процесуальна теорія ідентичності оперує поняттям цілісності ідентичності (identity integration): чим більш сумісними відчуває індивід різні аспекти своєї ідентичності, тим цілісніше буде його ідентичність. І навпаки: відчуття того, що дві ідентичності протилежні одна одній, свідчить про низьку цілісність ідентичності [13, с.852].

Доречним також буде запропонований Джаспалом та Сініреллою п'ятий принцип ідентичності – принцип когерентності/зв'язності (coherence principle), де психологічна когерентність позначає потребу та суб'єктивне сприйняття сумісності та зв'язності між складовими ідентичності індивіда (*…psychological coherence is in the eye of the perceiver and not some objective quality of the identities…*) [13, с.865-866].

Здорова ідентичність формується за допомогою наративу, який пов'язує різні етапи життя індивіда та містить міркування про ці етапи. Розбудова ідентичності – тонкий внутрішній процес, оскільки ідентичність створюється та постійно трансформується на фоні мінливого повсякдення та тенденцій сучасних інституцій до фрагментації соціального життя. Отже, ідентичність індивіда, або когнітивний компонент особистості, трактується та розуміється людиною за допомогою рефлексії про свою біографію та здатності вести свій особливий наратив [11, с.21]. (У нашій виборці на формування та усвідомлення ідентичності через ведення наративу вказує в одному зі своїх номерів актор Маз Джобрані, син імігрантів з Ірану: *We all have stories, you know… like, a lot of immigrants who came to this country* [16].)

Однак, багато наших сучасників відчувають стан, описаний Гергеном як «соціальне пересичення» [12], яке призводить до суттєвих змін у розумінні самих себе. Всупереч поглядам гуманістів на ідентичність як на цілісну та здатну до актуалізації, соціальне пересичення передбачає какофонію ідентичностей, коли все, що ми знаємо про себе, піддається сумнівам та глузуванню з боку інших [12, с.6]. Пересичення характеризує саме епоху постмодернізму, коли старі уявлення про ідентичність як структуру з внутрішнім ядром відкидаються і кожний елемент ідентичності відкриває шлях до рефлексивних запитань, іронії та врешті решт грайливого випробування іншої грані ідентичності [12, с.7].

Метою статті є дослідити монологи англомовних естрадних комедійних акторів-дітей іммігрантів з точки зору їх сприйняття сумісності різних складових своєї ідентичності.

Предметом дослідження виступають частини англомовних монологів естрадних акторів-дітей іммігрантів, у яких висвітлюються етнічні, національні та культурні складові їх ідентичності та рефлексія щодо сумісності цих складових. **Об'єктом** дослідження є одиниці лексичного та граматичного рівня мови, стилістичні прийоми, а також комунікативні стратегії, що використовуються акторами для експлікації своїх уявлень про власну етнічну, національну та культурну ідентичності.

Матеріалом роботи стали відеозаписи шоу, проведених в період з 2005 до 2015 року американськими комедійними естрадними акторами – дітьми емігрантів з країн Близького Сходу та Індії, а саме Діном Обейдаллою, Ароном Кейдером, Мазом Джобрані та Расселлом Пітерсом. Загальна тривалість шоу складає 6 годин 45 хвилин.

Актори з самого початку своїх виступів використовують стратегію самопрезентації, пояснюючи походження свого імені, розповідаючи про етнічну (іноді – також релігійну) приналежність своїх батьків:

Maz Jobrani: *All right, all right. My name is Maz Jobrani. You know people say, 'What kind of name is Maz Jobrani?' I'll tell you: it's an Iranian name…* [15]

Dean Obeidallah: *I'm from Eastern Palestine, also known as New Jersey. I'm a mix as my father is Palestinian and my mother's Italian.<…>there were literally two ethnic groups where I was growing up: you were either Italian or you were my father. And my father is Muslim, my mum is Christian, and I grew up exposed to two religions.* [23]

Aron Kader: *Hello, I'm Aron Kader. I'm Palestinian. …My dad comes from a Palestinian family, and my mum comes from a Mormon family from Utah. Any Palestinian Mormons here?* [23]

Як можна побачити з двох останніх прикладів, проблема етнічної та релігійної ідентифікації для акторів актуальна з дитинства. Як вона вирішується Діном Обейдаллою та Ароном Кейдером (принаймні, яке розв'язання цієї дилеми вони хочуть представити для загалу) та які чинники сформували ідентичність для кожного з акторів, можна дізнатися, проаналізувавши їх подальший виступ.

Так, за словами Діна Обейдалли, жодна зі складових його ідентичності не вступала в конфлікт з іншими до терористичного акту 11 вересня 2001 року: *Before 9/11, I am just a white guy living a typical white guy life. All my friends had names like Monica, and Chandler, and Joye, and Ross. I go to bed September 10th white and wake up September 11th, I'm an Arab!* [23] Оповідь актора підводить глядача до висновку, що гармонічні, типово американські дитинство та юність (на що вказує алюзія на серіал *Friends*, вербалізована іменами друзів) перекреслюються лише однією подією, в результаті якої ставлення до етнічної та релігійної групи батька у суспільстві стає гостро негативним і актор, через своє арабське прізвище, ідентифікується іншими як «небезпечний чужинець»: *My last name is Obeidallah and many people here can relate to this. For the non-Middle Eastern people: do you know what it's like being of Arab heritage with a Muslim last name living in America last three years? I could use a hug. <…> And it's weird to be Arab in a different world. It's a place where people say things to my face about*

my own heritage. При цьому не допомагає навіть те, що зовнішність актора не видає його походження так, як його прізвище: *A friend of mine said, 'You look pretty white!' And I understand how I look, but it's my last name Obeidallah that gets attention* [23]. В результаті актором вибудовується «ми-група» (араби та мусульмани) та група «інших» – «білих американців», причому «білий» виявляється для актора поняттям не стільки расовим, скільки політичним: *I always tell people, 'I'm not white now anymore.' And they go, 'But you look white!' And I understand…but 'white' to me in America is not a skin color, it's status, how you're treated in society.* [23]

В цілому, монолог Діна Обейдалли починається з критики дискримінаційної політики органів влади та окремих посадовців (Administration, President Bush, FBI) щодо вихідців з Близького Сходу, причому актор відмежовується від офіційної влади США за допомогою займенника *they*, потім, не виявляючи солідарності з жертвами дискримінації, він розповідає про складнощі, з якими дискримінована група має впоратись на митному, прикордонному контролі і навіть у бібліотеці, і лише наприкінці Дін Обейдалла вживає інклюзивний займенник *we*, яким відносить себе до дискримінованої групи: *Arabs, Middle Easterners, Muslims in America, we are a new enemy! We've replaced the Soviet Union! And we're stuck here till somebody replaces us. What do we get? Pushed by the authorities into a minority group?!* [23]

У монолозі Арона Кейдера, який жартома називає себе «палестинським мормоном», аналіз мовних засобів вказує на гру актора з аудиторією. Питання етнічної та релігійної ідентичностей для актора начебто вирішено: актор рішуче відповідає, що він палестинець (*What are you? Greek, Italian, Jewish? – Palestinian*), саме тому він не може прийняти пропозиції мормонів стати місіонером (*my Palestinian identity took the upper hand*) і вважає своєю місією відвідати Близький Схід, де залишилися його родичі (*I have my own little mission, my own personal mission, which is to go to the homeland, go see where my grandma came from, to visit…* [23]). Проте розповідь актора про подорож до Йорданії та його переказ розмови з йорданським родичем, який негативно висловлюється щодо Америки, виявляє зіткнення етнічної та культурної ідентичностей: Арон Кейдер захищає від нападок кузена Сполучені Штати, ідентифікуючи себе з цією країною, що вербалізується інклюзивним займенником *we: 'United States… You are a paper tiger. You will fall.' 'If America goes down, we are taking Snickers, Coke, and Pepsi, and Twix. You know, we are not leaving McNuggets behind, you understand? We go down, it all goes down with us!'* [23]. Очевидно, що в наведеному прикладі йдеться про спосіб життя, культурні традиції, споживацькі вподобання американців, про надання переваги товарам – символам Сполучених Штатів. Несумісність культурної та етнічної ідентичності змушує актора вибирати поміж ними, і культурна складова виявляється більш вагомою.

Непряме вираження національної ідентичності, тобто ототожнення себе з державою як політичним утворенням, виражене інклюзивним займенником *we*, прослідковується у роздумах Арона Кейдера над зовнішньою політикою США: *Americans don't really leave this country to set up little American communities like other countries do. But we do it. We call them military bases. It's a different way of spreading our… We have military bases in a hundred forty-nine countries!* [23]

Маз Джобрані розповідає, що приїхав до Сполучених Штатів у віці шести років (*I was six years old when I came to this country…* [16]), і відразу вказує на те, що він був налаштований асимілювати усіма можливими способами: заводив друзів серед місцевих дітей, щоб полегшити спілкування адаптував своє перське ім'я *Maziar* до англійської мови, навчився грати в ігри, популярні в Америці, змінив свої гастрономічні вподобання.: *When you first come to this country, you try to blend in as much as you can. So I would do whatever it took to blend in: I would play baseball, I would eat apple pie, I would eat apple pie while playing baseball – whatever it took. And things would be going great. I went to the playground to play with my friends Sam, Brad, Jessie… They knew my name is Maz but they didn't know where that was from. Everything was cool. Until my Dad would come by to pick me up.* [16] Отже, для Маза Джобрані на той час національна та культурна ідентичність (американець) була жаданою та несумісною з його етнічною ідентичністю.

Проте дорослий Маз Джобрані не тільки не намагається приховати своє походження, але й навпаки проводить «просвітницьку» роботу зі своїм оточенням, викриваючи безпідставність протиставлення «*American/white –Iranian*» та ототожнення «*Iranian = Arab*» : *When I tell my American friends I'm Iranian, they go, 'Oh, you're Arab!' I, like, 'No, we're actually different, we're not Arab, you know. We're similar. But Iranians actually… ethnically we're Aryan, we're white so stop shooting!' And then my American friends go, 'Well, how can we tell you apart?' And I go, 'It's in the accent. When Iranians speak, they speak slowly…'* [23]

Подальша розповідь Маза Джобрані просякнута мовними одиницями, які вказують на схильність актора ідентифікувати себе з іранцями зокрема та вихідцями з Близького Сходу взагалі: *Don't blame Middle Easterners for everything. It's not always us. I mean quite often it is, but not always!! We get blamed for everything!* Крім того, створюючи опозицію *they – us*, Маз Джобрані звинувачує ЗМІ у створенні негативних стереотипів іранців: *Just once I wish they showed us doing something good! Just once! Doing something good like making a cookie. 'Cos I've been to Iran, we do have cookies*. [23]

Расселл Пітерс, син іммігрантів з Індії, переконливо розповідає про суперечливість іммігрантської ідентичності. Згадуючи своє дитинство, він говорить про те, що вважав себе повноправним канадцем. Так, наприклад, у відповідь на пропозицію батька влаштувати барбекю, запросити сусідів та «стати сьогодні ввечері канадцями», він відповідає: *Dad, huh, I was already born here. I think I got it covered!* [17]

Однак в інших монологах Расселл Пітерз описує своє дитинство у менш «рожевих» кольорах: виявляється, йому були знайомі і расова сегрегація, і пошуки своєї ідентичності: *Jamaican people are hard people to grow up around. If you hang around Jamaican people, you feel the need to wanna be Jamaican. They just look so cool! Everything about them is cool! When I was a kid, I wanted to be Jamaican so bad! I started to dress like a Jamaican. I started wearing red, yellow and green belt, I started listening to reggae music, I started having kids I didn't know about. I did everything that I possibly could <…> When I was growing up, I grew up around a lot of black people, which was fine because black people never picked on me. White kids not so friendly back then. But every now and then a white kid would come and hang out with us. We were, like, 'Wow! A*

white kid! I've heard so much about you!' And here's where the problem is: when a white kid would hang out with us, we wanted to be like the white kid. We would want to start to do everything like the white kid, we'd want to copy the white kid so much! [22] Отже, суспільство для хлопця розпадалося на кілька груп: *black people/Jamaican*, з якими він спілкувався і які здавалися йому «крутими», він сам та *white kids*, які жили начебто в паралельному світі, на яких всі хотіли бути схожими. Отже, як і Маз Джобрані, Расселл Пітерс у дитинстві обирає стратегію асиміляції, намагається нівелювати свою етнічну ідентичність.

Однак ідентифікація – це суб'єктивний внутрішній процес: Пітерс став успішною людиною, соціально, лінгвально та культурно адаптованою до західного суспільства, однак під час шоу він навмисно висуває на перший план свою етнічну ідентичність. Так, розмірковуючи над ставленням до іммігрантів з Індії у Великій Британії, Пітерс фактично ототожнює себе з ними і говорить від їх імені, протиставляючи індійців англійцям: *Do you know that England has the largest amount of Indians outside of India? You know that? It's true! And the English are mad that we are here! You walk around England as brown man and you can feel the tension. Walking around and saying under their breath, 'Go home you, brown bastards!' That's not our fault we are in England! That's English people's fault! They started this shit! They came to India first! We didn't ask them to come over! They just showed up! They stayed for 400 years! In 1947 they just got up and left! We were, like,* [з акцентом] *'No, no, no, wait! We are coming with you! You can't just come here and leave! What the hell are you going to eat?"* Ототожнення з індійцями спостерігається, коли актор ділиться своїми враженнями від подорожі до Об'єднаних Арабських Еміратів: *You go to the Middle East, Indians are the Mexicans of the Middle East. That's what we are. We built everything for them over there. All those fancy buildings they have – we built.* [19]

Використовуючи інклюзивне *we*, Пітерс говорить про особливий акцент, з яким індійці говорять англійською: *Indian people are fully aware of what their accent sounds like. We don't actually need you…to know exactly what it sounds like. We know it's not the coolest in the world. We're never gonna see two Indian guys in a club standing and, like,* [з акцентом] *'Hey, man, aren't we cool? Don't we sound really hip?' That's not gonna happen, right? We know what it sounds like, you know. And don't you for one minute think we don't know you're mocking us when we're not around.* [22]

Однак хоча Пітерс і звертається у своїх монологах до спрощених опозицій *we – they, we – you, white – black, white – brown*, він усвідомлює неможливість чіткого розмежування між етнічними групами та навіть расами у сучасному світі: *I can't tell if you're black or not. It's not that easy anymore, you know. Back that day when you saw a white person you knew they were white immediately. When I was a kid, if I saw a white person I didn't have to ask. If I was, like, 'Are you white?' he'd say: 'What the f… am I supposed to be?' But now you need to confirm* [20]. Світ виявляється складнішим і пропонує більшу свободу вибору через міграцію, змішані шлюби, руйнування традиції передачі віросповідання від батьків до дітей, можливість вільно обирати професію і навіть експериментувати зі статтю. Однак Расселл Пітерс приходить до висновку, що проголошена свобода відносна і має свої обмеження – обмеження, обумовлені,

очевидно, саме принципами ідентичності щодо когерентності та розтягнутості в часі: у випадку несумісності складових ідентичності та заміни однієї складової іншою змінюється вся структура ідентичності, що, звичайно, можливо, але несе серйозну загрозу особистості, оскільки новий «я» сьогодні перекреслює (або принаймні суттєво відрізняється) від «я» вчора. Такий висновок робиться актором у розповіді про поїздку до Індії: до подорожі Пітерс вважав себе стовідсотковим індійцем, проте ледве ступивши на індійську землю, він зрозумів, що індійські в ньому лише колір шкіри та батьки: *There's a big difference between race and culture 'cos all my life I've been identifying myself with an Indian man. I thought I was Indian. 'Where are you from?' 'I'm Indian.' Then I realized something: I was born and raised in Canada, there's nothing Indian about me. All that's Indian is my parents and my skin tone! That's it! Culturally, I'm not Indian at all. And the only reason I noticed this is 'cos last year I went to India to do some shows. And I thought I was Indian. When I was flying over India, I had this overwhelming Indian feeling. Inside of me most of the time, the most Indian man ever! I just thought I was so Indian, you know! We arrived in Bombay, I was, like, yelling at the flight attendant, 'Open the doors of the plane! Let me out to my Indian people! Let me show these Indians what it's like to be Indian!' She opened the doors to that plane, I turned Canadian so fast…<…> 'cos racially I'm an Indian man, culturally there are things that happen culturally. If you are not raised in that part of the world, you will find them unacceptable* [21]. Таким чином, з Расселлом Пітерсом відбувається той самий феномен, що й з Ароном Кейдером: культурна та етнічна ідентичності виявляються несумісними в нових умовах. Етнічна ідентичність вимагає відмови від культурної ідентичності, тобто повну зміну способу життя та мислення. Вибір актора робиться на користь культурної ідентичності, оскільки збереження саме цього аспекту дозволяє людині бути тією самою особою, якою вона була до того, не зачіпаючи суттєво ані її світогляд, ані дрібні повсякденні звички.

Отже, монологи комедійних акторів – дітей іммігрантів є біографічним наративом-саморефлексією, яка допомагає оповідачам осягнути самих себе (свою ідентичність), а також фактори та шляхи її формування. Згідно розповідей акторів, у дитинстві основною стратегією формування ідентичності є адаптація (асиміляція) – наслідування культури більшості, причому на цьому етапі конфлікт ідентичностей гостро не відчувається. У дорослому віці діти іммігрантів стикаються з конфліктом між національним, етнічним та культурним елементами своєї ідентичності внаслідок конфлікту (реального чи уявного) між соціальними групами, до кожної з яких актори звикли себе відносити. Це зіткнення робить вказані ідентичності несумісними, що загрожує принципам когерентності та розтягнутості ідентичності у часі. Описані акторами ситуації зіткнення ідентичностей ілюструють феномен «соціального пересічення» і вербалізуються за допомогою алюзій, метафор, контекстуальних антонімів, особових і присвійних займенників. Цими засобами актори реалізують комунікативні стратегії самопрезентації, протиставлення та солідарності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕЕРЕЛ

1. Азначеева Е.Н., Мамонова Ю.В. Механизмы идентификации и личностная идентичность в астрологическом дискурсе [Текст] / Е.Н.Азначеева, Ю.В.Мамонова // Лингвистические

аспекты исследования идентичности личности в изменяющемся мире: коллективная монографія / под ред.Е.Н.Азначеевой. – Челябинск: Энциклопедия, 2012. – С.166-202
2. Герман Н.Ф. Языковые параметры лингвокультурной идентичности субъекта современной межкультурной коммуникации [Текст] / Н.Ф.Герман // Лингвистические аспекты исследования идентичности личности в изменяющемся мире: коллективная монографія / под ред.Е.Н.Азначеевой. – Челябинск: Энциклопедия, 2012. – С.8-42
3. Денисова И.В., Нефедова Л.А. Гендерная идентичность языковой личности [Текст] / И.В.Денисова, Л.А.Нефедова // Лингвистические аспекты исследования идентичности личности в изменяющемся мире: коллективная монографія / под ред.Е.Н.Азначеевой. – Челябинск: Энциклопедия, 2012. – С.43-60
4. Евсеева Л.Н. Формирование национальной идентичности как следствие лингвистической стандартизации [Текст] / Л.Н.Евсеева // От лингвистики к мифу: Лингвистическая культурология в поисках «этнической ментальности»: Сборник статей /Сост. А.В.Павлова. – СПб.: Антология, 2013. – С.95-112
5. Иванова Е.В. Катастрофическое сознание как отражение кризиса коллективной идентичности и его вербализация в текстах СМИ [Текст] / Е.В.Иванова // Лингвистические аспекты исследования идентичности личности в изменяющемся мире: коллективная монографія / под ред.Е.Н.Азначеевой. – Челябинск: Энциклопедия, 2012. – С.203-229
6. Матвеева Т.М. Маркеры идентичности в языке профессионального дегустатора дискурсе [Текст] / Т.М.Матвеева // Лингвистические аспекты исследования идентичности личности в изменяющемся мире: коллективная монографія / под ред.Е.Н.Азначеевой. – Челябинск: Энциклопедия, 2012. – С.84-108
7. Салахова А.Г. Проблемы конфессиональной идентификации в современном мире и языковые средства ее актуализации в религиозном дискурсе [Текст] / А.Г.Салахова // Лингвистические аспекты исследования идентичности личности в изменяющемся мире: коллективная монографія / под ред.Е.Н.Азначеевой. – Челябинск: Энциклопедия, 2012. – С.61-83
8. Штукенброк, Аня. Лингвонационализм. Языковая рефлексия как посередник коллективной самоидентификаии в Германии (1617-1945) [Текст] / Аня Штукенброк // От лингвистики к мифу: Лингвистическая культурология в поисках «этнической ментальности»: Сборник статей /Сост. А.В.Павлова. – СПб.: Антология, 2013. – С.62-94
9. Breakwell G. M. Coping with threatened identities [Text] / G.M. Breakwell. – London: Methuen, 1986.
10. Cilla, Rudolf de, Reisigl, Martin, Wodak, Ruth. The discursive construction of national identities [Text] / R.de Cilla, M.Reisigl, R.Wodak // Discourse & Society, 1999. Vol.10 (2). – P.149-173
11. Cohen S.A. The Search for "Self" for Lifestyle Travellers [Text]: thesis for degree of Doctor of Philosophy: Feb.27th 2009 / Cohen Scott Allen. – New Zealand: University of Otago, Dunedin, 2009. – 170p.
12. Gergen K.J. The Saturated Self: Dilemmas of Identity in Contemporary Life [Text] / K.J.Gergen. – NY: BasicBooks, 1991.
13. Jaspal R., Cinnirella M. Coping with potentially incompatible identities: Accounts of religious, ethnic, and sexual indentities from British Pakispani men who identify as Muslim and gay [Text] / R.Jaspal, M.Cinnirella // British Journal of Social Psychology, 2010. Vol. 49. – P.849-870.
14. Lestinen L., Petrucijova J., Spinthourakis J. Identity in Multicultural and Multilingual Contexts [Electronic resource]. – London Metropolitan University, 2004. – Mode of access: https://metranet.londonmet.ac.uk/fms/MRSite/Research/cice/pubs/guidelines/guidelines-04.pdf. – Last access: 2015. – Title from the screen

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

15. Maz Jobrani Dispelling Stereotypes With Laughter (2013) [Electronic resource] – Mode of access: https://www.youtube.com/watch?v=9m_uHMYZjGo – Last access: 2015. – Title from the screen
16. Maz Jobrani Growing up in Iran (2010) [Electronic resource] – Mode of access: https://www.youtube.com/watch?v=qT3HGwtCkts. – Last access: 2015. – Title from the screen
17. Russell Peters – How to Become a Canadian Citizen (2012). [Electronic resource] – Mode of access: https://www.youtube.com/watch?v=11Q2trYTk0E. – Last access: 2015. – Title from the screen
18. Russell Peters Live in NYC [Full Standup Show] (2013). [Electronic resource] – Mode of access: https://www.youtube.com/watch?v=LljtWte9EOg. – Last access: 2015. – Title from the screen
19. Russell Peters 2014 London Green Russell Peters Full Show 3 (2014). [Electronic resource] – Mode of access: https://www.youtube.com/watch?v=2vtm-sWK-Dg. – Last access: 2015. – Title from the screen
20. Russell Peters notorious 2013 (2015). [Electronic resource] – Mode of access: https://www.youtube.com/watch?v=B9uFY8ifmGU. – Last access: 2015. – Title from the screen
21. Russell Peters: Red White and Brown – Russell Peters Full Show [Electronic resource] – Mode of access: https://www.youtube.com/watch?v=vPrEzv0zL_o. – Last access: 2015. – Title from the screen
22. Russell Peters – "Somebody Gonna Get Hurt Real Bad!!!!!!!!" (2013). [Electronic resource] – Mode of access: https://www.youtube.com/watch?v=BxRD2IeK3n8. – Last access: 2015. – Title from the screen
23. The Axis of Evil Comedy Tour. [comedy] Dir. Michael Simon. IMDb, Sweden, 2008.

Стаття надійшла до редакції 27.10.2015 р.

Алексеева И.А., к.филол.н., доц.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

«ЯЗЫКОВОЕ ИЗМЕРЕНИЕ «СТОЛКНОВЕНИЯ ИДЕНТИЧНОСТЕЙ» В КОМЕДИИ НАБЛЮДЕНИЯ (НА МАТЕРИАЛЕ ВЫСТУПЛЕНИЙ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ АКТЕРОВ – ДЕТЕЙ ИММИГРАНТОВ)»

Статья посвящена анализу коммуникативных стратегий и языковых средств, с помощью которых англоязычные комедийные актеры – дети иммигрантов описывают пути формирования своей идентичности в детстве и последующий конфликт между элементами ее структуры (этнической, национальной и культурной идентичностями), обусловленный столкновением между социальными группами, к которым актеры привыкли себя причислять.

Ключевые слова: *(этническая, национальная, культурная) идентичность, идентификация, принцип когерентности, социальное пресыщение, конфликт идентичностей, коммуникативная стратегия.*

Alyeksyeyeva Iryna, Ph.D. (Philol.Sc.), Associate Professor
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

'LINGUISTIC DIMENSION OF 'IDENTITY CLASH' IN OBSERVATIONAL COMEDY (BASED ON SHOWS OF ENGLISH-SPEAKING STANDUP COMEDIANS OF IMMIGRANT DESCENT)'

The article deals with communication strategies and language means that help English-speaking standup comedians from immigrant families to describe their identity construction in childhood and a conflict between aspects of their identity (ethnic, national and cultural identities), caused by a clash between social groups which the comedians identify with.

Keywords: *(ethnic, national, cultural) identities, identification, coherence principle, social saturation, conflict of identities, communication strategy.*

УДК 811:316.77

Афанасьєва О.М., к.філол. н., асист.,
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

**КОМУНІКАТИВНИЙ РИТУАЛ
В МІЖДИСЦИПЛІНАРНОМУ ВИМІРІ**

Статтю присвячено проблемі культуроцентричного міждисциплінарного дослідження ритуалізованих форм комунікації. Ритуал розглядається як базова культурна модель, яка має адаптативно-гармонізувальну функцію і включає діяльнісно-поведінковий, комунікативний, семіотичний аспекти. Визначаються основні структури відношень і семантичні категорії, які складають основу цієї моделі

Ключові слова: *ритуал, культура, комунікація, адаптація, гармонізація, модель, структура, семантика.*

Проблеми, пов'язані з організацією та функціонуванням комунікації в сучасному суспільстві, є наразі одним із пріоритетних актуальних напрямків мовознавчих досліджень. У цій площині особливої значущості набувають розвідки, метою яких є визначення дослідницької перспективи у вивчення складних комунікативних явищ, встановлення її основних напрямків та підходів. До таких складних комунікативних явищ слід віднести, передусім, ритуалізовані форми спілкування, які є об'єктом нашого дослідження. Метою цієї розвідки є визначення основних культурологічно спрямованих векторів дослідження цих форм спілкування, які у своєму перетині можуть скласти міждисциплінарну основу вивчення цих явищ з огляду на їх складність та багатовимірність.

Ритуал як комунікативне явище привернув увагу дослідників у другій половині ХХ ст. після представлення цієї проблематики у працях Е.Гофмана, Е.Ліча, Дж.Карея.

Так, у теорії комунікації, розробленій Дж.Кареєм, ритуал постає як визначник одного з двох основних поглядів на комунікацію – трансмісійного і ритуального. Сам дослідник, який у своїй концепції комунікації виходить із останнього, пов'язує ці підходи з культурним виміром. Таким чином, ритуал стає об'єднавчою ланкою між комунікативним і культурологічним напрямками пошуку, про що свідчить сама назва праці Дж.Карея – «Комунікація як культура». Дослідник вважає, що саме через комунікацію, через еволюціонуючі відношення між символами і соціальними структурами суспільства створюються, утримуються і трансформуються [Carey 2009, p.84]. Як і Дж.Карей, Е.Ліч розглядає ритуал у дихотомії «культура – комунікація», надаючи цьому явищу відповідного дослідницького виміру – культурно-антропологічного, сфокусованого на культурній семантиці та її комунікації. З погляду ученого, сама культура здійснює комунікацію, а складний зв'язок культурних подій передає інформацію тим, хто в цих подіях бере участь [Лич 2001, с.8].

Ми розглядаємо ритуал як одну з базових моделей культури, адже він відповідає її головним ознакам, які були проаналізовані А.Кребером та К.Клакхоном у їх праці «Культура: критичний огляд концептів та визначень» та представлені групами понять, які виражають ідеї інтеграції, історичності, уніформізації, причинності, значення, цінності, відносності. Підсумовуючи, автори надають таке синтезувальне визначення культури: «Культура складається з експліцитних та імпліцитних моделей (патернів) поведінки, набутих та переданих символами, які складають досягнення груп людей, включаючи їх втілення в артефактах; сутність культури полягає в традиційних, (тобто історично укладених і відібраних) ідеях та передусім пов'язаних із ними цінностями; культурні системи можуть, з одного боку, розглядатися як результат діяльності, а з іншого – як умова подальшої діяльності» [Kroeber 1952, p.181]. У свою чергу, Р.Вільямс наголошує на тому, що у сучасну добу поняття культури охоплює спосіб життя в цілому, поєднує його різні аспекти і галузі [Williams 1960, p. xvi- xvii].

У цьому плані ритуал постає є як певна культурна (цивілізаційна) модель, за допомогою якої здійснюється головна функція культури – адаптації з довкіллям та гармонізації у суспільному середовищі. Здійснення цієї життєво необхідної функції відбувається шляхом налагодження відповідних форм комунікації з довкіллям, іншими людьми. Як базисна модель культури, ритуал не тільки відтворює уявлення про способи і форми взаємодії людини і світу, але передусім створює, конструює їх. Це конструювання включає такі аспекти, як діяльнісно-поведінковий, власне комунікативний і семіотичний. Саме останній виступає головним засобом освоєння світу, яке є передумовою і основою людської культури. Так, у форматі культури інструментальна, утилітарна діяльність може набувати додаткових смислових ознак і ставати праксисним компонентом відповідного ритуалу.

Розглядаючи цю проблему, В.Уорнер зазначає, що сучасний етикет і манери поведінки за столом, які пов'язані зі споживанням їжі, є прикладом ритуалізації технічної поведінки, адже «доставляння» їжі до рота за допомого того чи іншого інструменту є чимось більшим за вмілу технічну дію. Так технічна система слугує задоволенню низки соціалізованих біологічних потреб. При цьому голодний європеєць задовольняє голод шляхом вибору певних продуктів із раціону, який є у найвищому ступені

соціально обмеженим, а деякі продукти харчування, які високо цінуються багатьма народами, як от коники, гусінь, мурахи, личинки, він вважає непридатними для вживання людиною. Отже, хоча голод є станом фізичним, знання про те, як його слід задовольняти, відноситься до сфери культури [Уорнер 2000, с.592]. Подібна семіотизація дії, діяльності може відбуватися лише за умови передачі даного досвіду символічного освоєння тієї чи іншої практики іншим, тобто комунікації. Так, комунікація стає необхідною умовою формування та закріплення культурно значущих смислів. З цього приводу Б.Маліновський зазначає, що здійснення ритуалу можна зрозуміти лише «через» і «в» прагматичній, утилітарній дії, до якої він включений і з якою нероздільно пов'язаний [Malinowski 1968, p.20].

Таке культуроцентричне бачення комунікації базується передусім на концепції мови / комунікації як форми діяльності, яка не тільки репрезентує чи описує світ, але й формує та створює його. У такий спосіб комунікативний процес формує, підтримує і трансформує реальність, а сама комунікація є мережею історично варійованих практик та рефлексії щодо них [Carey 2009, p.64]. Комунікація як суспільна практика, зокрема її ритуальний аспект, активно досліджується в сучасній теорії практик [Schatzki 1996; Reckwitz 2002]. Разом із тим, поняття практики нерозривно пов'язано з суспільними відносинами, що означає включення до сконструйованого людиною світу інших людей. З погляду Дж.Карея, комунікація – це «сукупність суспільних практик, до яких входять поняття, форми вираження та суспільні відносини. Ці практики складають реальність (або, інакше кажучи, заперечують, трансформують чи прославляють її)… Кожний момент практики коактуалізує концепції реальності, форми вираження і суспільні відносини, які антиципуються та здійснюються одночасно» [Carey 2009, p.65]. Слід зазначити, що процеси соціальної комунікації є наразі одним із основних об'єктів дослідження у суспільних науках, адже саме через них відбувається розбудова структурних засад суспільства, принципів організації суспільного життя, встановлення та регулювання соціальних відносин, зокрема владних, їх трансформація.

Знакова, символічна сутності культури визнається наразі чи не всіма дослідниками культури. Так, К Гірц підкреслює, що концепція культури, якої він дотримується, є по суті семіотичною [Гирц 2004, с.11]. З погляду вченого, в ролі символів головно використовуються слова, але можуть виступати також і жести, малюнки, музичні звуки, механічні пристрої на кшталт годинників чи предмети, такі як коштовне каміння, тобто все, що виривається з рамок звичайної реальності і задіюється, щоб надати сенсу досвіду. Ці символи, як джерела світла, є необхідними для того, щоб людина могла орієнтуватися в світі [там само, с.57]. Таким чином, концепція культури, якої дотримується дослідник, вказує на систему значень, які історично передаються і втілюються в символах; це система успадкованих уявлень, виражених в символічних формах, за допомогою яких люди передають, зберігають і розвивають своє знання про життя і ставлення до нього [там само, с.106]. У свою чергу, Л.Уайт, зазначає, що символ є основною одиницею будь-якої людської поведінки і цивілізації [Уайт 2004, с.34]. Саме завдяки своїй здатності символізувати людство викликало до життя такий клас явищ, який є в повному значенні слова супрабіологічним чи екстрасоматичним. До них відносяться мови, вірування, звичаї, інструменти, житло, витвори мистецтва і все

те, що в сукупності ми називаємо культурою [там само, с.136]. На думку Ю.Лотмана, все розмаїття відмежувань культури і не-культури зводиться до одного: на фоні не-культури культура виступає як знакова система [Лотман 2000, с.485].

Поміщення комунікативної проблематики до культурологічного формату ставить питання про залучення підходів антропології (соціальної, психологічної), етнографії та етнології, фокусуючи увагу, у такий спосіб, на антропологічному вимірі культури, передусім у синтезувальних концепціях культурної чи соціокультурної антропології (Ф.Боас, М.Мід, Б.Малиновський, Е.Тейлор, М.Мосс, А.Радкліф-Браун, К.Леві-Строс, К.Гірц та ін.). Так, К.Гірц, один із засновників сучасної культурної антропології, наголошує на необхідності синтетичної концепції зв'язків між різними сторонами людського існування, тобто такої, в якій біологічний, психологічний, соціологічний і культурний фактори могли б розглядатись як перемінні в рамках єдиної системи аналізу [Гирц 2004, с.55-.56]. Сучасне мовознавство також уводить культурологічний формат до своєї дослідницької перспективи, де виокремлюються такі дисципліни, як лінгвокультурологія, міжкультурна комунікація, антропологічна лінгвістика. У зв'язку з цим до наукового обігу було уведено поняття мовної картини світу, коду культури, культурного концепту і т.п. В.В.Воробйов пропонує поняття лінгвокультуреми як одиниці лінгвокультурологічного поля, яка об'єднує мовний і екстралінгвальний зміст та їх взаємний перехід [Воробьев 2006, с.53]. Певна кореляція ритуалу як цілісної моделі і мовленнєвого жанру зумовлює також застосування лінгвопрагматичного та дискурсологічного підходів.

Ритуал, однак, потребує дослідження не лише у мовнокультурному чи антрополінгвістичному вимірах, але, з огляду на нерозривну єдність в цьому явищі комунікативних, діяльнісних і семіотичних аспектів, вивчення у цілісному форматі культурної моделі, в якому виявляються його комунікативні і семіолінгвальні виміри. Така модель має включати також середовище – природне довкілля, соціальний, історичний і т.п. контексти, ситуацію спілкування, – адже саме вони зумовлюють адаптативну, гармонізаційну сутність ритуалу. З огляду на це, вважаємо доцільним виокремити структуру відношень, які конструюють ритуал як цілісну культурну форму. До базових слід віднести відношення ототожнення / розрізнення та включення / виключення. Ці структури є каркасом, на який накладається семантична сітка культурних універсалій типу «живе», «неживе», «природне», «штучне», «людське», «тваринне», «сакральне», «мирське» і т.п., які зумовлюють конкретне семантичне наповнення того чи іншого типу ритуалу. Ця структурно-семантична основа визначає:

- функціонування ритуалу у загальному культурному просторі;
- його включення до суспільних практик даної спільноти;
- його вирізнення на загальнокультурному тлі;
- особливості комунікативного процесу в рамках даної моделі ритуалізованої практики;
- особливості семіозису в рамках даної моделі.

Слід зазначити, що різні моделі ритуалу мають різні форми і способи означення і символізації, хоча і спираються на спільну архетипово-міфологічну основу. Як семантика, так і загальний процес смислотворення виявляється в усіх аспектах

ритуалу – середовищному, ситуаційному, матеріальному, інтеракційно-соціальному, мовно-дискурсивному, паравербальному, тобто в різних параметрах інкорпорації та інсценізації ритуального дійства.

Таким чином, ритуал, з одного боку, є усталеною, традиційною, успадкованою моделлю репрезентації гармонізаційної функції, а з іншого – конструктивною моделлю, яка щоразу реалізує цю функцію як комунікативну. Так, Дж.Карей цілком погоджуючись із тезою М.Гайдеггера про те, що ми – людство – є розмовою, наголошує на тому, що центральною проблемою культурологічного дослідження комунікації є смисл, який теж розглядається як конститутивна діяльність освоєння світу людиною, в якій символ використовується «як» і «для» певної мети, а саме символічного конструювання світу [Carey 2009, p.65]. Реальність не є заданою, незалежною від мови, яка є її блідим відбитком. Навпаки, реальність привноситься до існування, продукується комунікацією за допомогою конструювання, розуміння та використання символічних форм [там само, с.20].

Слід зазначити, що ритуал утворює власний семіотичний код, спираючись на загальновідомі семіотичні системи, або створюючи власні. Цікавими є в цьому плані наступні міркування Е.Ліча: «Елементи ритуалу («літери абетки»), взяті самі по собі, нічого не означають; вони набувають значення завдяки тому, що протиставляються іншим елементам. Більш того, якщо ці несхожі літери можна з'єднати в наповнені смислом сполучення лише за умови обмеження їх рамками особливої конфігурації (наприклад, лінійного розташування на аркуші паперу), то точно так само і несхожі між собою елементи ритуалу можна з'єднати по-різному для створення цілісного повідомлення, лише коли кожна конкретна комбінація здійснюється в рамках спільної для всіх системи уявлень (при цьому структуру її обумовлено тим же способом, яким утворюються самі комбінації: і в сенсі простору, и в сенсі послідовності елементів)» [Лич 2001, с.115-116].

Таким чином, дослідження ритуалів як комунікативного явища вимагає поміщення його до культурного простору і розгляду як цілісної культурної моделі. Подальша розробка структурно-семантичних, комунікативних особливостей цієї моделі утворює перспективу дослідження у річищі міждисциплінарних студій, які враховуватимуть його історичну, діяльнісну, соціальну специфіку та будуть спрямовані на виявлення його структурно-семантичних і комунікативних особливостей.

ЛІТЕРАТУРА

1. *Воробьев В.В.* Лингвокультурология: монография / Владимир Васильевич Воробьев. – М.: Изд-во Российского университета дружбі народов, 2006. – 336 с.
2. *Гирц К.* Интерпретация культур / Клиффорд Гирц. — М.: «Российская политическая энциклопедия» (РОССПЭН), 2004. — 560 с.
3. *Лич Э.* Культура и коммуникация: Логика взаимосвязи символов. К использованию структурного анализа в социальной антропологи / Эдмунд Лич. — М. : Восточная література, 2001. — 142 с.
4. *Лотман Ю. М.* Семиосфера / Юрий Михайлович Лотман. — СПб.: «Искусство—СПБ», 2000. — 704 с.

5. *Уайт Л.* Избранное: Наука о культуре / Лесли Уайт. — М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2004. – 960 с.
6. *Уорнер У.* Живые и мертвые / Уильям Уорнер. – М., СПб: Университетская книга, 2000. – 671 с.
7. *Carey J.W.* Communication as culture. Essays on Media and Society / James W. Carey. – N.Y., L.: Rutledge, 2009. – XXVII, 206 p.
8. *Kroeber A. L.* Culture : a critical review of concepts and definitions / Alfred Louis Kroeber, Clyde Kluckhohn. – Cambridge: Peabody Museum of American Archaeology and Ethnology, Harvard University, 1952. – 223 p.
9. *Malinowski B:* Une théorie scientifique de la culture, et autres essais / Bronislav Malinowski. – P.: François Maspero Éditeur, 1968. – 182 p.
10. *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.
11. *Schatzki T.R.* Social Practices: A Wittgensteinian Approach to Human Activity and the Social / Theodore R. Schatzki. – Cambridge University Press, 1996. – 248 p.
12. *Williams R.* Culture and society 1780-1950 / Raymond Williams. – Garden City : A Doubleday Anchor Book, 1960. – xviii, 382 p.

Стаття надійшла до редакції 27.10.2015 р.

Afanasyeva O.M., PhD, Assistant Professor,
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

COMMUNICATIVE RITUAL IN THE INTERDISCIPLINARY DIMENSION

The article deals with problem of cultural-centric interdisciplinary study of the ritualized forms of communication. The ritual is regarded as an essential cultural model, which has an adaptive and harmonizing function and includes pragmatic, behavioral, communicative, semiotic aspects. The article defines the core structure of relations and semantic categories that form the basis of this model.

Keywords*: ritual, culture, communication, adaptation, harmonization, model, structure, semantics.*

Афанасьева О.Н., к.филол.н., ассист.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

КОММУНИКАТИВНЫЙ РИТУАЛ В МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОМ ИЗМЕРЕНИИ

Статья посвящена проблеме культуроцентрического междисциплинарного исследования ритуализованных форм коммуникации. Ритуал рассматривается как базовая культурная модель, имеющая адаптативно-гармонизующую функцию и включающая деятельностно-поведенческий, коммуникативный, семиотический аспекты. Определяются основные структуры отношений и семантические категории, составляющие основу этой модели.

Ключевые слова: *ритуал, культура, коммуникация, адаптация, гармонизация, модель, структура, семантика.*

УДК 811.111’27’42:801.6

Бабчук Ю.Й., к. філол. н., асист.,
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

СПЕКТРАЛЬНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ВИГУКУ WELL ТА ЙОГО ЗАЛЕЖНІСТЬ ВІД СОЦІАЛЬНОГО СТАТУСУ МОВЦІВ

У статті з’ясовано спектральні особливості звучання вигуку “Well” та його залежність від соціального статусу мовців. Основну увагу акцентовано на ілюстрації спектральних картин формант для різних соціальних класів мовців із залученням до експериментального аналізу багатофункціональної комп’ютерної програми Praat.

Ключові слова: *тембр, форманта, спектральна картина, вигук, звучання, соціальний статус.*

Ця стаття пов’язана з аналізом тембру, як компонента просодії, за допомогою якого наочно продемонстровано посилення звучання у тій чи іншій форманті, показані значення вібрації частоти звучання, що були виміряні в герцах. Метою автора було здійснити кількісний розподіл вживання вигуку “Well” за формантною структурою звучання.

Для дослідження акустичних характеристик оцінки якості тембра було використано формантну оцінку структури звучання. Для визначення формантної структури звучання застосовано спектральний аналіз, за допомогою сучасної багатофункціональної комп’ютерної програми **PRAAT**.

Для відображення результатів дослідження проілюструємо проведення аналізу вигуків на прикладі вигуку *Well* та відобразимо його залежність від соціального статусу мовців. Вираження соціального статусу становить собою індикацію приналежності людини до тієї чи іншої суспільної групи та права й обов’язки людини, що звідти випливають [3, с. 6]. Статус означає позицію індивіда у соціальній системі суспільства, що визначається згідно з певними ознаками, такими як приналежність до соціальної групи, рівень освіти, професія, посада, стать та вік [4].

Зокрема, для вигуку *Well* залежність тембральних характеристик від соціальної приналежності представлено в Табл. 1.

Таблиця 1.

Залежність тембральних характеристик вигуку *Well* від соціальної приналежності.

WELL			
	Нижчий клас за соціальним статусом	**Середній клас за соціальним статусом.**	**Вищий клас за соціальним статусом**
Кількість	8	49	74
Середнє значення форманти, ff	5	5	5

Тембральні характеристики для вигуку *Well* не залежать від приналежності мовців до однієї чи іншої соціальних груп. В усіх вікових групах посилення звучання для вигуку *Well* відбувається у п’ятій форманті.

За кількісним розподілом мовці вищого статусу найбільше вживають вигук *Well* у спонтанному мовленні – зафіксовано 74 випадки вживання цього вигуку, а мовці нижчого статусу – найменше – 8 раз.

Проілюструємо такі найбільш характерні спектральні картини формант для вигуку *Well*, які визначено для групи мовців нижчого класу.

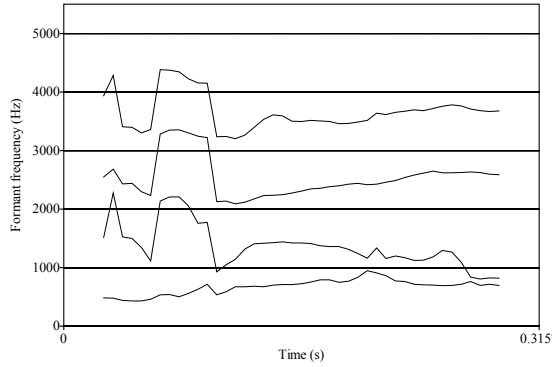


Рис.1. Спектральна картина формант у групі мовців нижчого класу

Після проведеного аналізу вигуку *Well*, у групі мовців нижчого класу, слід зазначити, що посилення звучання відбувається у п'ятій форманті з ймовірністю 100% (тобто у 100% від всіх вживаних вигуків посилення звучання відбувається у п'ятій форманті, і в жодному з вигуків не зафіксовано посилення звучання у четвертій форманті). Значення частоти варіюється від 43,2 Hz до 165,0 Hz. Кількісне вживання вигуку *Well* мовцями нижчого класу та їх кількісний розподіл за формантною структурою відображено в Табл. 2.

Таблиця 2.

Кількісне вживання вигуку Well мовцями з нижчого класу за соціальним статусом

WELL	
Форманти	
f4	**f5**
-	**8**

Для вигуку *Well* у групі мовців середнього класу, характерна така спектральна картина формант.

Після проведеного аналізу вигуку *Well*, у групі мовців середнього класу, слід підкреслити, що посилення звучання відбувається у п'ятій форманті з ймовірністю 61,2% (тобто у 61,2% від всіх вживаних вигуків посилення звучання відбувається у п'ятій форманті, а в інших 38,8% посилення звучання відбувається у четвертій

форманті). Значення частоти варіюється від 100,5 Hz до 439,0 Hz. Кількісне вживання вигуку *Well* мовцями середнього класу та їх кількісний розподіл за формантною структурою відображено в Табл. 3.

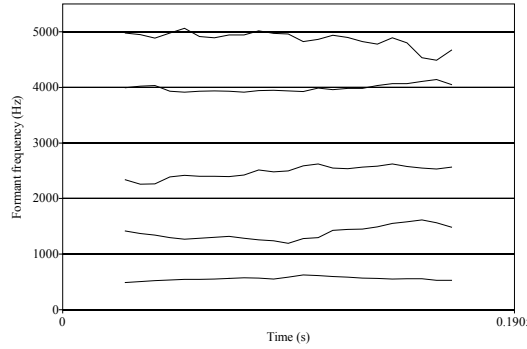


Рис.2. Спектральна картина формант у групі середнього класу

Таблиця 3.

Кількісне вживання вигуку Well мовцями з середнього класу

WELL	
Форманти	
f4	**f5**
19	**30**

Для вигуку *Well* у групі американців вищого класу, характерна наступна спектральна картина формант.

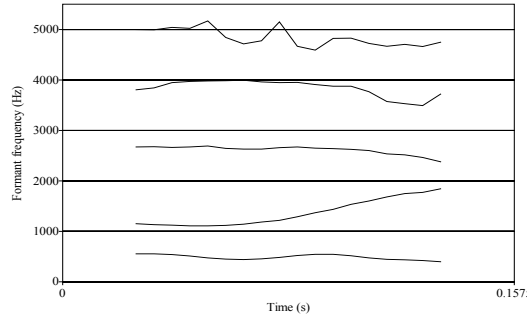


Рис.3. Спектральна картина формант у групі вищого класу.

Після аналізу вигуку *Well*, у групі мовців вищого класу, можна стверджувати, що посилення звучання відбувається у п'ятій форманті з ймовірністю 70,3% (тобто у 70,3% від всіх вживаних вигуків посилення звучання відбувається у п'ятій форманті, а в інших 29,7% посилення звучання зафіксовано у четвертій форманті). Значення частоти варіюється від 41,9 Hz до 431,0 Hz. Кількісне вживання вигуку *Well* мовцями вищого класу та їх кількісний розподіл за формантною структурою відображено в Табл. 4.

Таблиця 4.

Кількісне вживання вигуку Well мовцями з вищого класу

WELL	
Форманти	
f4	**f5**
22	**52**

Таким чином, слід зазначити, що в усіх групах, які поділені за соціальною приналежністю, вигук *Well* вимовляється рівним тоном, посилення звучання відбувається у п'ятій форманті. У групі американців найнижчого соціального статусу з ймовірністю 100%, у групі середнього класу з ймовірністю 61,2% та 70,3% відповідно у групі мовців вищого класу за соціальною приналежністю.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бабчук Ю.Й. Соціальний статус як чинник впливу на просодичні характеристики вигуків / Бабчук Юлія Йосипівна // Лінгвістика XXI століття: нові дослідження і перспективи / Нан України. Центр наукових досліджень і викладання іноземних мов. – К., 2010. – С. 13-21.
2. Бабчук Ю.Й. Дослідження тембральних характеристик вигуків за допомогою сучасних комп'ютерних програм Speech Analyzer та PRAAT/ Бабчук Юлія Йосипівна// Вісник Житомирського державного університету імені І. Я. Франка. – 2012. – Вип. – С. 220-224.
3. Карасик В.И. Язык социального статуса / Карасик В. И. – М.: Гнозис, 2002. – 333 с.
4. Крысин Л.П. Социальный компонент в семантике языковых единиц / Л. П. Крысин // Влияние социальных факторов на функционирование и развитие языка – М.: «Наука». – 1988. – С. 124-143.

Стаття надійшла до редакції 27.10.2015 р.

Бабчук Ю.Й., к. филол.н., ассист.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

СПЕКТРАЛЬНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ МЕЖДОМЕТИЯ WELL И ЕГО ЗАВИСИМОСТЬ ОТ СОЦИАЛЬНОГО СТАТУСА ГОВОРЯЩИХ

В статье представлено спектральные особенности звучания междометия Well и его зависимость от социального статуса говорящих. Основное внимание акцентировано на иллюстрации спектральных картин формант разных социальных классов говорящих с добавлением к экспериментальному анализу многофункциональной компьютерной программы Praat.

Ключевые слова: *тембр, форманта, спектральная картина, междометие, звучание, социальний статус.*

Babchuk Ju.Yo., Ph.D. (Philol.Sc.), Assistant Professor
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

SPECTRAL DESCRIPTIONS OF EXCLAMATION WELL AND IT'S DEPENDENCE ON SOCIAL STATUS OF SPEAKERS

Spectral descriptions of exclamation Well and it's dependence on social status of speakers are represented in the article. The main attention is focused on an illustration of spectral pictures of exclamation Well of different social classes with addition to the experimental analysis the multipurpose computer programme Praat.

Keywords: *timbre, formant, spectral picture, interjection, sounding, social status.*

УДК 811. 111

Бедрич Я. В., асп.,
Центр наукових досліджень та викладання іноземних мов НАНУ,
м. Київ

INVOLVE ЯК ЕКСПЛІЦИТНИЙ ЗАСІБ ВИРАЖЕННЯ КАТЕГОРІЇ ІНКЛЮЗИВНОСТІ

Недостатнє вивчення категорії інклюзивності як однієї з раніше не досліджуваних категорій сучасного наукового дискурсу зумовлює дослідження цієї категорії та її складників. Робота присвячена синтаксичному аналізу мовної одиниці involve як одного із основних експліцитних засобів вираження інклюзивності у писемному науковому дискурсі. Виділяються два основні види вживання involve – предикативне та означальне (атрибутивне).

Ключові слова: *науковий дискурс, інклюзивність, involve, експліцитний, синтаксичний, предикативний, атрибутивний.*

Статтю присвячено дослідженню експліцитних засобів вираження категорії інклюзивності в сучасному науковому дискурсі, що становить **об'єкт** нашого

дослідження. **Предметом** даної роботи є мовна одиниця *involve* як один із основних експліцитних засобів вираження інклюзивності у писемному науковому дискурсі, зокрема у наукових статтях, позаяк наукова стаття у широкому сенсі посідає центральне місце серед інших жанрів наукової прози, в якій подаються повідомлення про певне явище/процес/експеримент/дослідження тощо з чітким зазначенням методів, спостережень, практичного використання та висновків [2].

Науковою новизною дослідження є висвітлення *involve* саме як експліцитного засобу вираження категорії інклюзивності. **Мета роботи** аналіз синтаксичного значення англомовного дієслова *involve* на матеріалі англо-американських статей у галузі інформаційно-комунікаційних технологій. Вибір фахової мови саме в цій галузі зумовлений її активною роллю у збагачені загальнонаукової терміносистеми спеціальними термінами. В якості емпіричного матеріалу ми розглядали наукові журнали в галузі інформаційно-комунікаційних технологій, а саме: IEEE Communications Magazine [6], Telecommunications Policy [7], International Journal on Advances in Internet Technology [8], The International Journal of Intelligent Systems [9], The International Journal on Advances in Networks and Services [10], The International Journal on Advances in Systems and Measurements [11], The International Journal on Advances in Telecommunications [12].

Дотепер мовна категорія інклюзивності в аспекті "частина"-"ціле" не була предметом комплексного лінгвістичного дослідження. У мовознавчих студіях інклюзивність розглядалася в аспекті ґендерних досліджень, зокрема так званої інклюзивної мови (а саме, в контексті уникнення дискримінації при номінації чоловіків та жінок). Побіжно інклюзивність згадується у науковому доробку професора С.О. Жаботинської – в контексті інклюзивність-посесивність [1]. Тож **актуальність** даної **праці** зумовлена недостатнім вивченням категорії інклюзивності та необхідністю виявлення засобів її вираження, зокрема в англійській мові науки.

Як зазначалося вище, категорія інклюзивності саме у мові науки раніше докладно не досліджувалася. Тому в нашій роботі ми використовуємо власне визначення інклюзивності. ***Інклюзивність*** – це ознака того, що один предмет (частина) є елементом іншого предмета, входить до складу іншого предмета, разом з іншими елементами формує більший предмет (ціле); або ж один предмет (ціле) складається з декількох більш простих предметів (частин).

В нашій роботі ми розглядаємо мовну одиницю *involve* саме як експліцитний засіб вираження категорії інклюзивності. Вивчаючи питання "значення" та "смислу", лінгвіст Г.П. Грайс виділяє в прагматичному значенні експліцитні та імпліцитні компоненти [4]. Б. Мюллер визначає експліцитність як ознаку сигніфіката, який безпосередньо пов'язаний з денотатом, коли із жодної іншої ознаки логічно не можливо вивести той же сигніфікат [5, с. 89]. Ми вважаємо, що експліцитні засоби вираження інклюзивності – це формально репрезентовані і марковані інклюзивні одиниці, у семантичній структурі яких міститься явно виражена сема інклюзивності.

Опрацювавши наявну енциклопедичну літературу та на підставі власних спостережень, ми встановили, що існують **різні підтипи,** що **експліцитно** виражають

категорію інклюзивності у писемному науковому дискурсі. Одним із таких підтипів є **ціле та зазначення деяких його частин**. Основною одиницею цього типу є лексема *involve,* яка має чітко виражену сему "інклюзивності", позаяк основними значеннями цієї мовної одиниці є:

1) містити, включати, охоплювати;
2) бути у межах;
3) вимагати, потребувати;
4) входити (до), бути частиною (чогось);
5) чинити вплив, позначатися на, зачіпати;
6) залучати (до);
7) захоплювати (увагу);
8) вплутувати, бути вплутаним (у);
9) огортати [3, с. 306].

Дана мовна одиниця найчастіше вживається, коли ідеться про процес, подію, інструменти, матеріали, умови.

Для визначення основних функцій даної мовної одиниці ми розглянули насамперед її синтаксичну специфіку вживання. Дієслово *involve* виконує функцію **присудка** в простому, складнопідрядному або складносурядному реченнях. Граматично виражається в формі *involve(s) – Present Indefinite* та *involved – Past Indefinite.* Ми знайшли наступні випадки вживання даної мовної одиниці.

1. Вживання присудка в активному стані, наприклад:

Syndrome calculation involves the product in equation (1), but this is equivalent to the evaluation of each parity constraint with the corresponding code symbols [12, Vol. 4, № 1-2, p. 145].

The AST updating involves the scenario update table and the application scenario table [6, September 2011, p. 138].

Інколи додаток виражається формулою *cardinal numerals + noun*, для позначення точної кількості частин , що входять до складу цілого:

The Norwegian evaluation involved 10 informants from the local senior user group… [9, Vol. 7, № 1-2, p. 274].

*Recent study showed that 70% of applications involve 30-100 flows, 2% involve **more than** 150 flows [10, Vol. 7, № 3-4, p. 199].*

В останньому вище згаданому реченні автор утворює "ланцюжок" з використанням дієслова *involve,* зазначаючи в першій частині речення точну кількість частин, а в другій використовуючи маркер апроксимативної кількості *more than* для зазначення кількості частин.

2. Вживання присудка в пасивному стані:

The terms selected by the user are involved in the request [9, Vol. 3, № 3-4, p. 248].

Причому в деяких випадках присудок може бути розщепленим, як от:

*Although the number of telecom regulators is on the rise, Petrazzini (1997) argues that regulatory agencies in most developing economies, however, are **still** heavily involved in the pursuit of more basic socio-economic goals, such as the expansion of basic services [7, Vol. 38, p. 51].*

*This inevitably leads to an emphasis of the concerns that are important to the players **who** are **deeply** involved in this phase while often neglecting the concerns of the actors entering the scene after the solution has been fixed [8, Vol. 3, № 3-4, p. 197].*

Для уникнення тавтології може використовуватись займенник *who,* який вводить підрядне означальне речення, як це видно в останньому реченні.

Для позначення того, що частини не входять до складу цілого використовується негація (заперечення). Наприклад :

But with HNTES, the end application is not involved in the circuit setup phase [8, Vol. 6, № 3-4, p. 171].

Поєднання дієслова *involve* та модальних дієслів (як частини складного присудка) вказує на потенційну можливість включення частин до складу цілого.

1. В реченні з присудком в активному стані:

*Research on GVHO **may** involve the three main handover phases: discovery, decision, and execution [10, Vol. 7, № 3-4, p. 183].*

*Uplink CoMP reception **can** involve joint reception of the transmitted signal at multiple reception points and/or coordinated scheduling decisions among cells to control interference [6, February 2011, p. 95].*

For both 2G and 3G mobile systems, network optimization should involve base station maintenance, signaling, testing, adjustment, data collection, and analysis functions to improve coverage and reduce interference [6, February 2010, p. 94].

Причому, якщо в першому реченні модальне дієслово *may* виражає ймовірність *(probability)*, *can* виражає можливість *(possibility)*, то в третьому реченні модальне дієслово *should* виражає необхідність *(necessity and obligation)* включення частин до цілого.

2. В реченні з присудком в пасивному стані, наприклад:

*…so the exchange **might not** be involved in the delivery of service [6, March 2011, p. 47].*

*To reduce the inter-ISP traffic volume, ISPs **should be** involved in the peer selection process [6, October 2011, p. 156].*

Проаналізувавши наявний емпіричний матеріал, ми також виявили велику кількість різних частин мови, які використовуються для уникнення тавтології. Сюди відносяться насамперед вказівні займенники (*this, these, (they) all*), особові займенники (*it* та *they* як *inanimate subject*), лімітуючи прикметники (*the former; the latter*) порядкові числівники (*the first*), які займають ініціальну позицію, наприклад:

*Most simulation textbooks focus on estimating the mean μ of X. **This** typically involves running independent and identically distributed (i.i.d.) replications of the system over the time horizon… [11, Vol. 4, № 1-2, p. 86].*

*Two main types of approach are generally adopted. **The first** involves various frequency excision methods, whereby the affected frequency bins of the OFDM symbol are excised or their usage avoide [12, Vol. 3, № 1-2, p. 2].*

***The latter** involves running defined scenarios and verifying their suitability for the environment [9, Vol. 4, № 3-4, p. 143].*

Часто трапляються випадки використання згорненої пасивної конструкції **that is/ was involved (in) –** *involved (in),* як от:

In opposition to the theoretical models where we usually have a global knowledge of all nodes and the corresponding distances for the MST construction, in a realistic network (e.g., the Internet) a node neither knows all other nodes involved

(that are involved in)

in the same application scenario nor exact distances between these nodes [12, Vol. 3, № 3-4, p. 115].

Standardization is still an ongoing process, with multiple stakeholders involved

(that are involved) *[12, Vol. 3, № 3-4, p. 237].*

Інша функція, яку виконує *involve* в реченні – **означення**. Найчастіше виражається вживанням *involving (Participle 1)* в складнопідрядних та складносурядних реченнях, як от:

Although the proposed system is able to operate over any networking topology, a scenario involving a currently implemented wireless architecture was simulated so as to attain appreciation of the algorithm's performance [12, Vol. 4, №1-2, p. 10].

Займенник всеохоплюючої інклюзивної семантики **all** у постпозиції до *involve* позначає всі частини (як означення), що входять до складу цілого, наприклад:

*In these cases, where a universal solution involving **all** the participants could not be found, the application either proposes a partial solution, for a meeting with the users that were found available, or the meeting is postponed until all the users will be available [10, Vol. 7, № 3-4, p. 265].*

Займенник **all** в препозиції стосовно *involve* позначає всі частини (як додаток), що входять до складу цілого, як от:

The protocol dedicates to spread the all involving scheduling events, e.g., job submission and job queue optimization, across the network in order to reach as many candidate nodes as possible [9, Vol. 3, № 1-2, p. 31].

На відміну від займенника **all,** прислівник **only** маркує лише одну частину, що входить до складу цілого, наприклад:

This algorithm constructs a k-out of-n random generator involving only a uniform Bernoulli random generator B {0,1} with n≤ 2 [10, Vol. 4, № 1-2, p. 111].

Виконуючи в реченні атрибутивну функцію, *involve* може виражатись не лише *(Participle 1 – involving),* але і *(Participle 2 – involved),* як от :

*Thus we are employing programming techniques such as encapsulation, inheritance, modularity to design all the particularly complex applications to be managed and implementing **all** the involved objects and their interactions within a relatively simple environment [11, Vol. 4, № 1-2, p. 77].*

*Considering each approach's costs added by the additional behavior, the way SIP and **other** involved protocols are extended or altered, the effort required for implementing the mechanism, and each applicability, the implicit notification approach presents itself as the most promising solution[12, Vol. 4, № 3-4, p. 287].*

Часто використовуються сполучник *that*, відносні займенники *who, (,)which*, що вводять підрядне означальне речення, наприклад:

*Even though the signaling **that** involves the MT is minimal, it accounted for 22 % of the total transmission time… [6, September 2011, p. 120].*

A response message from a WAG will be related to an existing request from the AS, ***which*** *involves multiple requests to a WAG [6, December 2011, p. 141].*

…the experiment was performed under the supervision of the IRT ***who*** *also were involved in the development of SAMVIQ [11, Vol. 4, № 1-2, p. 116]*

В складнопідрядному реченні *involve* може бути частиною підрядного додаткового речення, що вводиться сполучником *where,* наприклад:

The last case are inter-static-dynamic anomalies ***where*** *both types of constraints are involved [12, Vol. 3, № 1-2, p. 66].*

Існують випадки, коли не зазначається точна кількість части, що входять до складу цілого, а використовуються мовні одиниці апроксимативної кількості, такі як: *a massive number of, a sizeable amount, great number of, a high amount of, a large number of, large numbers of, a large variety of, great deal of, many, a lot of, lots of, the number of, the average number of, several, small amount of, the minimum number of.* Причому, апроксиматори кількості можуть позначати дуже велику кількість частин, як от :

Frequent hopping involves ***a sizeable amount of*** *channel switching delays,*

which may significantly degrade the performance of the proposed scheme [8, Vol. 3, № 1-2, p. 31].

E-science applications involve ***great deal of*** *data, to satisfy these processing requests, distributed computing paradigms, such as cluster, Grid, Virtual Grid, Cloud Computing, and Hybrid System are growing exponentially [10, Vol. 5, № 3-4, p. 324].*

велику кількість:

Investigations in 3 GPP indicate that both MTC devices and UE may suffer continuous collisions at the random access channel (RACH) when ***a large number of*** *MTC devices are involved [6, April 2011, p. 71];*

незначну кількість, наприклад:

This example is provided by a car manufacturer and involves ***several*** *industry partners, e.g., software vendors, and academic labs, e.g., optimization research teams [9, Vol. 4, № 3-4, p. 83] (*причому, в даному прикладі автор разом з апроксиматором кількості *several* також використовує маркер екземпліфікації *e.g.);*

або ж взагалі малу або мінімальну кількість частин, наприклад:

The first study uses the captured eye-gaze of participants as a response mechanism, following on from the work of Ware and Mikaelian [2], while the second study explores the suitability of attention allocation involving ***small amount****/range of locomotion (i.e., touch action) on the same task [9, Vol. 4, № 3-4, p. 299].*

In this algorithm, the first position fix is initialized with the position of the nearest neighbor, while ***the minimum number of*** *nearest neighbors involved in the next fixes is a parameter of SMARTkNN [8, Vol. 6, № 1-2, p. 10].*

Ще один випадок – коли не зазначається кількість частин за допомогою числівника, а використовуються еквіваленти числівників із зазначенням “група”, “клас” зокрема: *a set of, sets of, cooperation of, subset of, a group of, a mix of. Involve* може вживатись як в активному, так і в пасивному станах та виконувати функцію предикатива й означення в складних та простих реченнях. Наприклад:

*In general, since a typical workload involves **a mix of** requests for different services, bare PC SIP server performance is improved by the concurrent handling of requests [12, Vol. 4, № 1-2, p. 84].*

*They are usually implemented as a function of a community association, involving **a group of** residents devoted to crime and vandalism prevention within a neighborhood [6, November 2011, p. 71].*

***Cooperation of** nodes involved in an ad hoc network is usually induced because the efforts related to the offered services are compensated with the possibility to request a service from the other nodes [8, Vol. 4, № 1-2, p. 29].*

*The chain process is composed of seven jobs developed by complex algorithms that involve **a set of** languages **as** Fortran, Mat Lab, C++, Mathematica, Java and Perl [12, Vol. 5, № 1-2, p.12].*

Це речення є багатим на лексичні одиниці, що стосуються інклюзивності, позаяк, по-перше автор використовує два дієслова інклюзивної семантики: в головному реченні *is composed of* та додатковому означальному *involve,* яке вводиться сполучником *that;* по-друге в реченні використовується еквівалент числівника "група" – *a set of*, що поєднується з маркером екземпліфікації *as.*

Останню групу прикладів формують мовні одиниці екземпліфікації, неозначеного перелічення, додаткової інформації, такі як: *such as, e.g., like, as, as well as, etc, namely, along with.*

*The perception of the quality initially depends on the source quality and is influenced by all system elements involved in the end-to-end service delivery, **namely**: network, equipment, codecs, techniques, protocols, terminals, **etc** [6, April 2011, p. 154].*

*Perception involves the correct identification of the environmental entity (**e.g.,** type and mode of threat) **as well as** their combined characteristics (**e.g.,** detection accuracy, certainty, and timeliness) [6, October 2011, p. 92].*

Автор поєднує в реченні маркер додаткової інформації *as well as* та маркер екземпліфікації *e.g.*

В наступному прикладі автор поєднує маркер протиставлення *not only, but also* та маркер екземпліфікації *such as.*

*Such a dynamic and continuously changing scenario involves **not only** cloud services and VMs, **but also** other cloud entities **such as** physical appliances and cloud users [8, Vol. 5, № 1-2, p.1].*

Отже, опрацювавши наявний емпіричний матеріал, ми виявили основні синтаксичні конструкції вживання лексеми *involve.* В реченні дане дієслово може виконувати функцію присудка (у формі *involve(s) – Present Indefinite* та *involved – Past Indefinite*), бути частиною модального присудка (поєднання *involve* та модальних дієслів) та виступати означенням (у формі *Participle 1 – involving,* та *Participle 2 – involved*). Також ми виявили випадки вживання дієслова *involve* в активному *(involve(es)(ed))* та пасивному станах *(to be involved (in))*.

В майбутньому планується здійснити детальний аналіз інших імпліцитних та експліцитних засобів вираження категорії "інклюзивність" і простежити зв'язок даної категорії з іншими мовними категоріями.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Жаботинская С.А.* Имя как текст: концептуальная часть лексического значения [Електронний ресурс] / Светлана Анатольевна Жаботинская // Когниция, коммуникация, дискурс : Международный электронный сборник научных трудов / гл. ред. Ирина Семеновна Шевченко, Владимир Ильич Карасик. – Х., 2013. – №6. – С. 47-76. – Режим доступу до журналу : https://sites.google.com/site/cognitiondiscourse/vypusk-no6 2013/zabotinskaa-s-a
2. *Ільченко О.М.* Етикетизація англо-американського наукового дискурсу: дис. на здобуття наук. ступеня доктора філол. наук: 10.02.04 "Германські мови" / Ольга Михайлівна Ільченко; Київ. нац. ун-т. ім. Шевченка. – К., 2002. – 421 с.
3. *Ільченко О.М.* International Communication: Science, Technology, Education, Journalism (English-Ukrainian-Russian Dictionary) : Англо-українсько-російський словник міжнародної комунікації : наука, техніка, освіта, журналістика (за загальною редакцією к.філол.н.,доц. Жалая В.Я.). К. : Видавниче підприємство "ЕДЕЛЬВЕЙС". 2014. – 632 с.
4. *Grice H.P.* Meaning // Semantics : an interdisciplinary reader in philosophy, linguistics and psychology. – Cambridge : Cambridge University Press. – 1971. – P. 53-59.
5. *Müller B.L.* Der Sprechakt als Satzbedeutung : Zur pragmatischen Grundform der natürlichen Sprache / B.L.Müller. – Bern et al. : Lang, 2003. – 359 S.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

6. *IEEE* Communications Magazine [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.comsoc.org/

   Заголовок з екрану
   - February 2010
   - February 2011
   - March 2011
   - April 2011
   - September 2011
   - October 2011
   - November 2011
   - December 2011
7. *Telecommunications* Policy [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.journals.elsevier.com/telecommunications-policy/
   - Volume 38 (2014)
8. *The International* Journal on Advances in Internet Technology [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.iariajournals.org

   Заголовок з екрану
   - Volume 3, Number 1 & 2, 2010
   - Volume 3, Number 3 & 4, 2010
   - Volume 4, Number 1 & 2, 2011
   - Volume 5, Number 1 & 2, 2012
   - Volume 6, Number 1 & 2, 2013
   - Volume 6, Number 3 & 4, 2013
9. *The International* Journal on Advances in Intelligent Systems [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.iariajournals.org

   Заголовок з екрану
   - Volume 3, Number 1 & 2, 2010

- Volume 3, Number 3 & 4, 2010
- Volume 7, Number 1 & 2, 2014

10. *The International* Journal on Advances in Networks and Services [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.iariajournals.org
Заголовок з екрану
- Volume 4, Number 1 & 2, 2011
- Volume 5, Number 3 & 4, 2012
- Volume 7, Number 3 & 4, 2014

11. *The International Journal* on Advances in Systems and Measurements [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.iariajournals.org
Заголовок з екрану
- Volume 4, Number 1 & 2, 2011

12. *The International Journal* on Advances in Telecommunications [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.iariajournals.org
Заголовок з екрану
- Volume 3, Number 1 & 2, 2010
- Volume 3, Number 3 & 4, 2010
- Volume 4, Number 1 & 2, 2011
- Volume 4, Number 3 & 4, 2011
- Volume 5, Number 1 & 2, 2012

Стаття надійшла до редакції 8.09.2015 р.

Бедрич Я.В., асп.,
Центр научных исследований и преподавания иностранных языков,
Г. Киев

INVOLVE КАК ЕКСЛИЦИТНЫЙ СПОСОБ ВЫРАЖЕНИЯ КАТЕГОРИИ ИНКЛЮЗИВНОСТИ

Недостаточное изучение категории инклюзивности как одной из ранее не исследованных категорий современного научного дискурса обусловливает исследование этой категории и ее конституентов. Работа посвящена синтаксическому анализу языковой единицы involve как одного из основных эксплицитных способов выражения инклюзивности в письменном научном дискурсе. Выделяются два основных вида употребления involve – предикативное и определительное (атрибутивное).

Ключевые слова*: научный дискурс, инклюзивность, involve, эксплицитный, синтаксический, предикативный, атрибутивный.*

Bedrych Ya.V., PhD student,
Research and Educational Center for Foreign Languages, National Academy of Sciences of Ukraine,
Kyiv

INVOLVE AS EXPLCIT WAY OF CONEYING INCLUSIVNESS

Insufficient studies of the category of inclusiveness, as one of the categories that has not come under linguistic scrutiny specifically in modern scientific discourse, call for investigating of this

category and its elements. The paper deals with the syntactic analysis of the word "involve", as one of the main explicit ways of conveying inclusiveness in the language of science. Predicative and attributive cases of "involve" usage patterns are considered.

Keywords: *scientific discourse, inclusiveness, involve, explicit, syntactic, predicative, attributive.*

УДК 811.111'42

Белова А.Д., д.филол.н., проф.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко

ЧИТАБЕЛЬНОСТЬ ТЕКСТА: ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ И ЭКСТРАЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ПАРАМЕТРЫ

Статья посвящена принципам эргономического структурирования текста в виртуальном пространстве, динамике представлений о читабельности, требованиям к лексическим единицам и грамматическим категориям, к невербальным составляющим текста. Проблема рассматривается на фоне глобальной тенденции упрощения коммуникации и языка, вызванной рядом технологических, социо-культурных и демографических факторов.

Ключевые слова: *эргономика, читабельность, упрощение коммуникации, простой язык.*

Стремительный рост роли и объема коммуникации в современном мире, популярность Интернет-коммуникации, перемещение многих видов профессиональной деятельности в виртуальное пространство, возрастающее значение соцсетей и микроблогов как среды общения, развлечения, маркетинга и рекламы сделали возможным размещение в киберпространстве самой разнообразной информации, существенно расширив границы текста и подняв на новый уровень вопрос о читабельности текста. В современной лингвистике термин "дискурс" во многих случаях предпочтительнее, когда речь идет о безграничном коммуникативном континууме, каким является виртуальное пространство со всем его дискурсивным и жанровым разнообразием.Однако именно виртуальный дискурс привел к актуализации понятия "читабельность текста", подтвердив соотношение этих двух категорий, а именно, материализацию и локализацию дискурса в тексте. Дискурс применительно к виртуальной коммуникации предполагает коммуникативный континуум, гипертекст – совокупность связанных между собой гетеросемиотических текстов с присутствующими в них анимацией, интерактивностью, цветовым символизмом, шрифтовой вариативностью, мультимодальностью, конвергенцией, гибридизацией и т.д. Обсуждение вопроса читабельности текста показало, что в сети каждый пользователь имеет дело непосредственно с текстом, который благодаря современным технологиям приобрел, в основном, гипертекстовой креолизованный формат.

Суть читабельности текста заключается в обеспечении его быстрого и полного понимания (*reading ease*). Проблема релевантна для многих сфер коммуникации, например, рекламы (моментальное понимание, запоминание текста), педагогики

(оценка сложности текстов в учебниках разного типа, уровня и направленности), для текстов инструкций, руководств по эксплуатации, страховых документов, налоговых деклараций, юридических, банковских и других документов. Сейчас читабельность текста приобретает актуальность в связи с появлением и расширением функций электронного правительства (*e-government*) на разных уровнях и в разных странах мира. Проблема становится все более актуальной в связи с возрастанием потока информации вообще, и в виртуальном пространстве, в частности, а также в связи с постоянным сокращением времени на восприятие и обработку информации.

Фактически, читабельность текста является проявлением оптимизации коммуникации и архитектуры коммуникативного пространства, свидетельством эргономичности текста. Эргономика с ее антропоцентричностью имеет на сегодняшний день множество аспектов. Применительно к креолизованному тексту следует различать эргономичность языковых категорий и единиц, эргономичность графических средств и цвета, эргономичность организации и размещения информации на виртуальной странице. Читабельность текста также связана с распространенным в современном коммуникативном пространстве явлением – упрощением языка, что стало результатом широкого применения новых информационных и коммуникационных технологий, кардинально изменивших и ускоривших коммуникацию, и привело к появлению понятий *New Literacy, linguistic simplicity etc*. В некоторых странах использование простого, понятного, ясного, лаконичного языка *(plain language)* является обязательным при составлении различных документов [16]. В скандинавских странах строго следят за документами электронного правительства, которые должны быть доступными для понимания для всех категорий граждан. В США особое внимание уделяют прозрачности и понятности языка юриспруденции. Почти каждый президент США, начиная с 1940-х годов, считал своим долгом внести свой вклад в движение PLAIN. Однако представление о простом и ясном выражении мыслей менялось от столетия к столетию.В современном мире неотъемлемой чертой *Plain Language* стало упрощение языка (*simplification).*Одним из явных показателей простоты стало диахроническое сокращение длины предложения в английском языке (A.L.Sherman) [16]. На сокращение длины предложения в онлайновой коммуникации, в соцсетях влияет етикет, правила и регламент общения&, Например, регламент Twitter – максимум 140 слов.

Первые тесты на читабельность текста *(Reading Level Algorithms)* появились в США в 1920х годах. Системное изучение читабельности текста как феномена началось в 1980х годах. Количество публикаций возрастало с каждым годом. Объем публикаций о читабельности текста, да и само слово “читабельность” (а не читаемость) с заимствованным из английского языка суффиксом, свидетельствуют о большей изученности проблемы на материале английского языка. Для тестирования текстов на английском языке разработано несколько формул и индексов, позволяющих определить читабельность текста, например, *Automated Readability Index (ARI), the Flesch-Kincaid Grade Level, Gunning Fog Index, SMOG Index, Fry Readability Formula, and Coleman-Liau Index*[12, 13, 14, 17].Такие индексы имеют математическую основу, не принимают во внимание семантику языковых единиц, логику и ясность изложения, стилистические достоинства текста, однако, предполагают ориентацию на

такие экстралингвистические параметры как интеллектуальный уровень и возраст читательской аудитории.

Многие из тестов учитывают количество символов, иногда гласных, что упрощает анализ текста с помощью компьютера [12-13]. Отметим, однако, что голосовое управление (*voice-operated)*компьютером*,* практикуемое уже сегодня, и за которым, по мнению специалистов, будущее, базируется на разработках по анализу и синтезу речи, для которых важны слоги.В рамках разнообразных исследований текста неоспоримым является тот факт, что количество слогов в слове существенно усложняет его понимание (*a good sign of hard-to-read text*) (Polysyllabic words affect this score significantly more than they do the grade level score) [14]. Впрочем, подобные наблюдения сделал более 2000 лет назад еще Аристотель в рамках его учения о риторике.

В лингвистике были проведены определенные исследования, касающиеся оптимальной организации информации, эргономических параметров языковых категорий и языковых единиц, например [2, 3].На основе корпусов языковых данных были выявлены эргономически предпочтительные временные формы глаголов, роль принципов вежливости и кооперации в эффективной коммуникации, особенности этикета в Интернет-коммуникации, оптимальные подходы к структурированию новостей в Интернет, правила комуникативного поведения в блогах [5, 8].Были проанализироваы семиотические особенности гипертекста [6].По мере роста популярности Интернет-коммуникации и появления новых жанров неформального общения появлялись рекомендации относительно вербального поведения в сети, включающие эргономичный аспект [3].Нельзя не вспомнить и тот факт, что принципами эффективной организации общения интересовались еще в античные времена в рамках риторики, несколько столетий спустя – в рамках теории аргументации, манипулятивных технологий, НЛП.Однако результаты этих исследований касаются в терминологии Н.Хомского, *Language Performance*, а не *Language Competence,* а читабельность текстаобусловливает именно последнее.Практикуемый в лингвистике подход связан с основополагающим направлением в лингвистических исследованиях – созданием массивов данных о функционировании языка, что и соотвествует *Language Performance*.Подход оформился задолго до появления корпусной лингвистики, в распоряжении которой на сегодняшний день электронные корпусы в сотни миллионов слов с компьютерным поиском необходимой информации.

Читабельность текста оказывает непосредственнок влияние на бизнес. Некоторые эксперты полагают, что снижение читаемости газет, а следовательно, и прибыли медиа-индустрии, связано не только с падением спроса на печатные медиа на фоне расширения виртуальной коммуникации, но и со сложным языком новостей, что объяснимо рядом причин: маститые журналисты пишут не для читателей, а с целью самовыражения; газеты в условиях конкуренции стремятся подавать детальные аналитические обзоры, что неизбежно приводит к усложненению стиля, синтаксиса, к использованию нечастотной лексики, терминов (.... The result is more carefully worded messages, often couched in less simple language). Коммерческий же успех в сегодняшнем мире имеют издания, последовательно придерживающиеся стратегии упрощения в подаче информации, использующие самые простые лексику

и синтаксис, ориентирующиеся на усредненного читателя, не обременяющего себя интеллектуальными усилиями (... The ease with which one can read a text depends largely on the writer's ability to simplify words and sentences)[15]. Журналисты, работающие в таких изданиях, не стремятся к оригинальности и эксклюзивности, в условиях цейтнота и масмедийной конкуренции нередко допускают плагиат и практикуют клонирование новостей (*Plagiarism, Cloning and Republication the News*), что заметно по незатейливым заголовкам.Такая практика имеет и далеко идущие последствия: новости, поданные в упрощенном формате, лишенные стилистических изысков, позволяют журналистам создать для читателей упрощенное видение упрощенного мира.

Обсуждение читабельности текста на сегодняшний день фокусируется на эргономически правильных не столько печатных, сколько электронных текстах в гипертексовом формате.Речь идет не только об особенностях структурирования вербальной части текста, но и об оптимизации подачи информации в целом.Так, уже появились тесты на читабельность вебсайтов (*Test the Readability of a Website*).К обсуждению читабельности текста подключились специалисты в самых разных областях, но их внимание прикованов большей степени не к языковым единицам, а к графическим и визуальным параметрам текста. По всей вероятности, в решении вопроса найдут применение теории компьютерной и Интернет грамотности *(New literacy, PC literacy, web literacy),* противопоставляемой традиционным представлениям о грамотности. Все это прямо и косвенно указывает на кардинальные изменения в коммуникации: новые технологии, позволяющие упростить и удешевить общение, все чаще трансформируют устное общение, превращая его в устно-письменное (*written speaking)*, увеличивают значение визуальной составляющей коммуникации.

Немало рекомендаций, повышающих читабельность текста, появились вследствие длительных наблюдений и эргономических экспериментов, результаты которых, как оказалось, иногда противоречат распространенной практике.Так, например, Times New Roman, распространенный шрифт, широко применяемый в научном мире, относится к шрифтам с засечками, ухудшающим читабельность на компьютерах с малым разршением. Arial, Verdana, Tahoma и другие похожие шрифты являются более предпочтительными [1, 11]. Експерты полагают, что шрифт Verdana идеален для виртуальных текстов [1, 11].Соответственно, для рекомендуемых шрифтов оптимальным является размер кегля 10-12, более мелкий или крупный размер затрудняет чтение даже при отсутствии засечек.

Разнообразие шрифтов в пределах одного текста создает пестроту и снижает читабельность.К аналогичным выводам относительно разнообразия шрифтов, большого размера кегля и чрезмерного увлечения верхним регистром пришли в ходе экспериментов исследователи оптимального оформления вербальной информации на упаковке товаров. Строчки более 60-70 символов довольно неудобны для чтения в онлайновой коммуникации. Даже в эпоху исключительной популярности печатных газет и журналов, издатели дробили текст на узкие колонки, выравнивая его по левому краю, давая возможность читателям фиксировать взгляд на неровном правом поле с целью упрощения восприятия текста. Безусловно, подобные рекомендации

не применимы ко всем жанрам (в современной поэзии найдется немало текстов, выравненных по центру), но заслуживают внимания.

Использование верхнего регистра создает негативное впечатление, а в некоторых секторах Интернет пространства запрещено вовсе.Контрастность, верно подобранный фон также весьма существенны для читабельности текста. Лучшее сочетание для текста в онлайновой коммуникации – темный фон, светлый шрифт, однако Интернету пока приходится следоватьстандарту, созданномукнигопечатанием за сотни лет – темный шрифт на светлом фоне.

Помимо вышеупомянутых параметров индексы читабельности учитывают следующие параметры:

- Количество букв, слов, предложений в тексте
- Количество букв и слогов в слове
- Длина слова и предложения, их соотношение
- Логическая организация текста, наличие заголовков и подзалоговков, позволяющих быстро просмотреть текст, понять и оценить его суть
- Выражение главной идеи в первом абзаце
- Насыщенность текста редкими словами, терминами
- Предпочтение имеют глагольные конструкции, а не именные, поскольку номинализация затрудняет понимание. Следует отметить, что эта рекомендация применима в большей мере к английскому языку, в русском языке, напротив, номинативные конструкции более распространены, органичны и естественны.
- Активный залог предпочтительнее по сравнению с пассивным, существенно затрудняющим понимание.
- Интервал 1,5 улучшает читаемость, хотя нередко в целях экономии, особенно в печатном варианте, используется одинарный интервал
- Элементы дизайна текста, упрощающие восприятие текста: контрастные цвета для текста (шрифта) и фона улучшают восприятие, изображение в начале статьи привлекает внимание, текст желательно не размещать вокруг изображений
- Использование инфографики (диаграммы, графики, таблицы)
- Структурирование текста, использование графических маркеров для выделения структурных, семантических, смысловых блоков текста
- Использование списков
- Использование ключевых слов, облегчающих поиск необходимой информации
- Простой синтаксис, короткие предложения. Абзацы не должны быть длинными [1, 4, 9-11].

Все эти параметры касаются внешней, хотя и очень важной, стороны текста, оставляя за пределами требований и повышенного внимания содержание. Информационная насыщенность, новизна, оригинальный подход, изысканный стиль, богатство языка, не фигурируют в тестах. Между тем, именно эти характеристики текста способны привлечь внимание и обеспечить его читабельность. Главная причина – недостаточная «осведомленность» современного поколения компьютеров в тонкостях семантики, что создает проблемы в сфере машинного перевода, искусственного интеллекта, компьютеризованного поиска и анализа данных в рамках различных

корпусов языка, в том числе и с использованием методики конкорданса. Игнорирование интеллектуальных и стилистических достоинств текста в ответ на упрощение общения связано с другой проблемой современного мира и молодых поколений – резкое снижение грамотности и образовательного уровня на уровне выпускников средней школы. Многочасовое общение молодежи в соцсетях, где микротексты весьма далеки от шедевров литературы, вряд ли могут привить чувство стиля и красоты, способствовать увеличению лексического запаса. Увлекаясь упрощенческими веяниями, стоит помнить о том, что простота и доступность сами по себе не означают упрощения. Еще Цицерон писал: “Plainness of style seems easy to imitate at first thought, but when attempted, nothing is more difficult” [16].

ЛИТЕРАТУРА

1. 15 правил, улучшающих читабельность текста Електронний ресурс] – Режим доступу:http://webliberty.ru/udobochitaemost-teksta/
2. Ванівська О.І.Категорії англійського дієслова в жанрово-стилістичному і соціолінгвістичному варіюванні (на матеріалі BNC): автореф.дис. на здобуття наук. ступеня канд.філол. наук: 10.02.04 “Германські мови”/Ольга Іванівна Ванівська; Львівський нац. ун-т. ім. Івана Франка.- Львів., 2011. -20с.
3. Ісакова Є.П. Ергономічні характеристики категорій англійського дієслова: автореф.дис. на здобуття наук. ступеня канд.філол.наук: 10.02.04 “Германські мови”/Єлізавета Павлівна Ісакова; Київ. нац. ун-т. ім. Тараса Шевченка. –К., 2001.-20с.
4. Какие тексты удобно читать пользователям в Интернете? 10 правил удобочитаемости! Електронний ресурс]– Режим доступу:http://mexboy.su/?p=322526.04.15
5. 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”/Вера Володимирівна Каптюрова; Київ. нац. ун-т. ім. Тараса Шевченка.- К, 2014.-20с.
6. 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. – 20с.
7. Коломієць Н.В. Лінгвістичні особливості організації гіпертексту Інтернет-новин (на матеріалі англійської мови): автореф.дис. на здобуття наук. ступеня канд.філол.наук: 10.02.04 “Германські мови”/Неля Василівна Коломієць; Київ. нац. ун-т. ім. Тараса Шевченка.- К., 2004. – 20с.
8. Столярова М.О. Етикет у віртуальній англомовній комунікації (на матеріалі чатлайнових сесій): автореф.дис. на здобуття наук. ступеня канд.філол.наук: 10.02.04 “Германські мови”/Маріна Олександрівна; Київ. нац. ун-т. ім. Тараса Шевченка..- К, 2005.=20с.
9. Чем лучше читабельность, тем хуже усваивается текстЕлектронний ресурс] – Режим доступу: http://habrahabr.ru/post/146559/
10. Шардаков, Даниил Копирайтинг: улучшаем читабельность текста Електронний ресурс] – Режим доступу:http://bizzon.info/napisanie-statej-rerajt/item/449-kopirayting-uluchshaem-chitabelnost-teksta.html
11. 8 Guidelines For Better Readability On The Web[Електронний ресурс] – Режим доступу: http://blog.usabilla.com/8-guidelines-for-better-readability-on-the-web/

12. Automated Readability Index Електронний ресурс] – Режим доступу:http://en.wikipedia.org/wiki/Automated_Readability_Index
13. Coleman–Liau index Електронний ресурс] – Режим доступу:http://en.wikipedia.org/wiki/Coleman–Liau_index
14. Flesch–Kincaid readability testsЕлектронний ресурс] – Режим доступу:http://en.wikipedia.org/wiki/Flesch–Kincaid_readability_tests
15. Linden Dalecki Dominic L. Lasorsa Seth C. Lewis THE NEWS READABILITY PROBLEMЕлектронний ресурс] – Режим доступу:https://www.google.com.ua/search?q=readability+research+in+print+media&ei=JNg_VbT9NKXvywOPzYCICA
16. Plain Language Електронний ресурс]– Режим доступу:/en.wikipedia.org/wiki/Plain_language
17. Readability Formulas Електронний ресурс] – Режим доступу:http://www.readabilityformulas.com/free-readability-formula-tests.php

Бєлова А.Д., д.філол.н., проф.,
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка

ЧИТАБЕЛЬНІСТЬ ТЕКСТУ: ЛІНГВІСТИЧНІ ТА ЕКСТРАЛІНГВІСТИЧНІ ПАРАМЕТРИ

У статті розглянуто принципи ергономічного структурування тексту у віртаульному просторі, динаміку поглядів на читабельність тексту, вимоги до лексичних одиниць, граматичних категорій, невербальних компонентів. Проблему читабельності тексту висвітлено на тлі глобальної тенденції спрощення коммунікації та мови, що викликана низкою технологічних, соціокультурних і демографічних факторів.

Ключові слова: *ергономіка, читабельність, спрощення комунікації, спрощена мова.*

Alla D. Belova

TEXT READABILITY: LINGUISTIC AND EXTRALINGUISTIC CRITERIA

The article deals with the principles and requirements to ergonomic organization of the text in virtual communication, dynamics of readability requirements, selection of lexical units, grammar categories, non-verbal components of the text. The issue is tackled against the the global trend of language and communication simplification triggered by a number of technological, socio-cultural, demographic factors.

Key words*: ergonomics, readability, simplification, plain language.*

УДК 81-139+811.111-26

Бондаренко Є.В., д. філол. н., проф.,
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, м. Харків

МОВА Й ІДЕОЛОГІЯ: ІНФОРМАЦІЙНИЙ ВПЛИВ НА КАРТИНУ СВІТУ

У статті розглядається лінгвокогнітивний аспект інформаційного впливу як засобу протистояння під час конфлікту між державами чи блоками, які їх презентують. У центрі уваги дослідження знаходиться картина світу, когнітивне утворення, яке складається із взаємопов'язаних ментальних структур (концептуальних царин) та виконує дві базові функції: інтерпретативну й регулятивну. На матеріалі англійськомовних електронних видань першого та другого вебу виокремлено царини, найбільш вразливі для інформаційного впливу, а також вербальні засоби його здійснення.

Ключові слова: *інформаційний вплив, картина світу (КС), концептуальна царина, перший та другий веб.*

Будь-який злам чи перебудування системи цінностей у суспільстві, особливо коли він супроводжується збройним конфліктом, викликає необхідність осмислення ролі та методів захисту від негативного впливу засобів масової інформації супротивної сторони. Телебачення, радіо та Інтернет, широко використовувані в інформаційній війні [7], залучають для виконання завдань з отримання превалювання в політиці (ідеології), економіці, військових операціях [7, с. 5] різноманітний мовний інструментарій. Системно описаний групою авторів під керівництвом Ю.О. Жлуктенка ще в 1981 р. [11], він є актуальним, але вже в експланаторному дусі у межах еколінгвістичного підходу, що визначає мову як певне середовище [16, с. 43], критичного дискурс-аналізу та лінгвокогнітивістики [15; 19]. Остання постулює наявність певної ментальної структури, посередника між реальністю і культурою, яка постає як засіб презентації уявлень людини про оточуючий світ, результат її емпіричного досвіду та описується у вигляді взаємопов'язаних когнітивними операціями різноманітних за рівнем узагальнення та способами вербалізації баз знання: концептів, доменів (концептуальних царин), категорій, гештальтів. Таку структуру називаємо картиною світу (КС) та тлумачимо її як динамічну, що постійно зазнає трансформацій через вплив різноманітних внутрішніх і зовнішніх факторів.

Серед внутрішніх факторів традиційно називаються історія, географічне положення, клімат, соціальний устрій, побут, традиції та багато інших, які в сучасній філософії характеризуються як «структура буття» [9, с. 53]; найбільш дієвим зовнішнім фактором впливу на КС є ЗМІ.

В умовах ідеологічного протистояння на українських чи російських теренах навіть вибір української чи російської мови для текстового чи відео повідомлення у різних медіа-середовищах (від ток-шоу до рок-концерту) має вирішальне значення. Втім, поза межами уваги сучасних дослідників поки залишається інформаційна війна за думки західної авдиторії, яка точиться головним чином англійською мовою.

Метою цієї роботи є встановлення структурних компонентів картини світу та способів їх вербалізації, які є найбільш вірогідними цілями для позитивних чи негативних трансформацій в ментальності носія англійської мови.

Актуальність дослідження зумовлена сучасною спрямованістю екологічної лінгвістики на випрацьовування дієвих засобів захисту носія певної мови від агресивного впливу середовища, у нашому випадку, інформаційно-медійного.

У якості матеріалу обрано публікації про збройний конфлікт в Україні 2014-2015 рр. провідних англомовних видань у мережі Інтернет: *The New York Post, The Guardian, The Times, The Financial Times*, які публікувалися як у форматі Web 1.0, що не передбачає коментування контенту читачами, так і в другому вебі (Web 2.0), де вітаються коментарі користувачів. До матеріалів дослідження залучені англійськомовні пости сервісів *YouTube* і *Backtweets* [13] другого вебу, який надає об'єктивні дані про їх популярність через визначення кількості посилань.

Об'єктом дослідження є структурні складові картини світу носія англійської мови, що є найбільш вразливими для впливу в межах інформаційної війни, яка точиться навкруги гібридного конфлікту між Україною і Росією. Предметом постають мовні засоби такого інформаційного впливу.

Методологічними підвалинами роботи є уявлення про мову як форму середовища, яке формується у процесі повсякденної діяльності людини [5] під впливом інших оточуючих середовищ (політичного, соціального, економічного тощо). З боку ЗМІ такий вплив має на меті корегувати бачення (картину) світу індивідуумом у напрямку, необхідному, з одного боку, для більш-менш гармонійного розвитку суспільства керованого певною ідеологією і, з іншого боку, для руйнування ідеологічної єдності суспільства-супротивника [7, с. 20]. Ступінь ідеологічного впливу, його агресивність, природно, варіюється в залежності від типу соціального устрою суспільства, його історичних традицій, економічного розвитку тощо, але наявність такого впливу є безсумнівною у будь-якому соціумі. В моменти кризи на розвиток ідеології впливають «не динамічні причинно-наслідкові закономірності, які можна однозначно прогнозувати, і навіть не стохастичні, на перший план виходять закони біфуркаційної логіки, коли малі на вході сигнали дають <непередбачувані> ефекти на виході» [8]. Це спостереження набуває особливого значення у зв'язку із ідеологічним зламом, який відбувся і динамічно продовжує відбуватися у картині світу носіїв мов-сторін конфлікту, а також його спостерігачів [4].

Підвищена увага, яка приділяється впливу на картину світу носія певної мови, зумовлена не тільки тим, що картина світу є формою інтерпретації його уявлень про реальність. Найважливішим, на наш погляд, є те, що, окрім *інтерпретаційної*, картина світу виконує також і *регулятивну* функцію [6, с. 25]. У соціумі це означає, що бачення реальності (картина світу) певним чином вливає на діяльність людини, у тому числі й вербальну, тобто її спроможність критично чи конформічно оцінювати власну владу усередині та ззовні країни, підтримувати чи не підтримувати її ідеологію шляхом втручання у медійний простір у межах першого чи другого вебів: політичних соціальних мереж, чатів, блогів, які в умовах інформаційної війни залучають технології троллінгу, ботів тощо [12]. З часом – залежно від ступеня агресивності

інформаційного впливу – така діяльність може перерости в участь у політичних акціях, актах громадського спротиву чи військових операціях.

Тож, під інформаційним впливом у нашому випадку розуміється вербальне чи полімодальне (вербальне, комбіноване з аудіо-візуальним) умисне викривлення образу реальності, тобто уведення в оману стосовно причин, актантів, складових, їх якості, кількості, місця, часу, знаряддя чи інших складових подій за пропозиціональною логікою [2, с. 58-60], пов'язаних із злочинними за міжнародним, кримінальним чи громадянським правом діями та намірами, спрямованими на пасивне (у вигляді вербальної підтримки) чи активне (у вигляді прямих дій) залучення об'єкту впливу у заволодіння владою, територією чи майном протилежної сторони.

КС, образ реальності, що підлягає трансформації під інформаційним впливом, має певну структуру, стабільність якої залежить від її завершеності. Стверджується, що буттєва чи наївна КС, до яких відноситься й політична [1, с. 32], як правило, завжди є цілісною: нестача інформації в неї компенсується за рахунок забобонів, які частково вербалізуються у вигяді мемів [14], чуток, фантазій тощо, тоді як, наприклад, наукова є іманентно нецілісною через неможливість фіксації усіх феноменів дійсності в якості наукових фактів [10, с 33]. Тенденція до набуття цілісності буттєвою КС є сприятливим підгрунтям для інформаційного пливу: брак інформації, що неможливо уникнути під час зворушень чи військових дій, компенсується за рахунок інформаційного пливу.

Для набуття максимальної дієвості останній має були орієнтований на певні складові КС. Аналіз періодичної преси англійською мовою свідчить, що найбільш вразливими концептуальними царинами КС є ІСТОРІЯ (самовизначення української нації як самостійної країни, участь та роль України у Другій світовій війні, її ставлення до нацизму та комунізму), ГЕОПОЛІТИКА (історичні кордони України; її прагнення до європейських стандартів і цінностей) та ЕТНОПСИХОЛОГІЯ (інтелектуальна повноцінність української нації та її еліт, самостійність її мови та культури). Метою успішного інформаційного впливу є: у межах царини ІСТОРІЯ (месіанська місія Московської Русі як опори православ'я та імперії, що об'єднує малі нації проти Заходу та США, які морально розпадаються та організують націоналістичні революції проти легітимної влади; вирішальна роль Росії у перемозі в Другій світовій війні; ностальгія за СРСР); в царині ГЕОПОЛІТИКА (розбудування Новоросії як нової післярадянської формації та заперечення участі російських військ у конфлікті на Донбасі); в царині ЕТНОПСИХОЛОГІЯ (інтелектуальна неповноцінність представників української нації та несамостійність її культури й мови).

Інструментарієм інформаційного пливу, як цілком слушно зазначено в колективній монографії під редакцією Ю.О. Жлуктенка, є політична символіка, евфемізація, десемантизація, заміна стилістично нейтральних слів науковими термінами та інші семантичні зміни [11, с.166-174]. В межах сучасного конфлікту багато зазначених російських та українських мовних інструментів інформаційної війни вже описані [3], серед них є й приклад використання символіки: тризуб, вишиванка та жовтоблакитний колір як символи незалежності України проти Георгієвської стрічки як символу боротьби з фашизмом, що вербалізується у протиставленні: *вышиватники*

(рос.) – *колорады*; приклад евфемізації: назва військового конфлікту на Донбасі – *Антитерористична операція (АТО)*; приклад десемантизації: парафраз *Слава Україні! – сало Україні*; заміна стилістично нейтральних слів численними військовими термінами-жаргонізмами: *вантаж 200 (перевезення загиблих), трьохсотий (поранений)*.

Слід відзначити, що вирішальну роль для означення певної позиції, що вербалізується в англійській мові, відіграє ставлення до політики США та Заходу і України як прибічника європейського шляху та до Росії і її прибічників, де в межах царин ІСТОРІЯ, ГЕОПОЛІТИКА, ЕТНОПСИХОЛОГІЯ існують концептуальні протиставлення.

Цей процес є особливо складним у середовищі англійської мови. З одного боку, її носії та псевдоносії (боти, тролі та ін.) здаються лише сторонніми спостерігачами подій, які висловлюються із співчуттям до тієї чи іншої сторони конфлікту. Наведемо пост від імені всесвітньо відомого голландського поп-композитора Арміна ван Бююрена, де реалізується концептуальна кореляція УКРАЇНА *це* ЖЕРТВА:

(а) *arminvanbuuren*

My thoughts and prayers are with the people of the Ukraine at the moment. It hurts to see these terrible images on the news. Please be safe [13].

З іншого, враховуючи імпліцитне чи експліцитне залучення у протистояння західних країн (США) і Росії та її прибічників, в інформаційному середовищі нейтральність не зберігається.

Наведемо типові коментарі до сюжетів *YouTube* про Україну (у постах нижче зберігається авторська орфографія):

(б) *ricky iriarte 1 month ago*

new regime must earn that trust in Moscow? See that's the problem that Russia have. Poroshenko is no where near done (1). He have the packing of NATO (2) and He's the elected president of Ukraine (3). I'm sorry but Ukraine will never go back to what it was (4). They are forever lost to Russia (5) and will never be part of the russian sphere of influence (6). On the other hand Russia's economy is going down like a sinking ship... (7) lmfao now that is something to look at [17].

У пості (б) прибічника України та блоку НАТО в царині ГЕОПОЛІТИКА реалізуються такі концепти стосовно України як САМОСТІЙНІСТЬ (1, 4), НЕЗАЛЕЖНІСТЬ (від Росії) (2, 5, 6), ЛЕГІТИМНІСТЬ (3), та стосовно Росії – РУЙНУВАННЯ (7).

Протилежна точка зору спостерігається у тих самих царинах у пості (в): тут з Україною асоційовані такі концепти як БРЕХУНИ (1, 3), КАРАТЕЛІ, ВБИВЦІ (2, 4, 5), НАЦИСТИ (6), з ДНР – ЖЕРТВА (7), ОДИНОКІСТЬ у конфлікті (відсутність російських військ на Донбасі) (8):

(в) *Max Povetkin 2 weeks ago*

And bullshit and lies (1) starts at the very beginning of this video. Ukies punitive forces (2) non stop violating an agreement (3) by constantly shelling Donetsk and other towns and villages (4), killing mostly civilians (5). And sure to stop shelling by Ukrainian Nazi

battalions (6) rebels forced to shoot back (7). And by the way there is NO Russian army (8). Full stop [18].

Слід зазначити, що у прикладах (а) і (б) не виявляються прямі засоби інформаційного впливу: автори посилаються на власні емоції та висновки, що отримані з фото, фактів про результати виборів, економічні показники. У прикладі (в), досить агресивному за тоном, наявні історичні символи, пов'язані з фашизмом та карательством: *Ukrainian Nazi battalions*, *Ukies punitive forces, shelling Donetsk and other towns and villages, killing mostly civilians*, констатація моральної неповноцінності української сторони: інвектив *bullshit and lies,* та кліше *violating an agreement.*

Тож, інформаційний вплив здійснюється загалом в усіх трьох зазначених концептуальних царинах картини світу: ІСТОРІЯ (нацизм) ГЕОПОЛІТИКА (спростування присутності російських військ на Донбасі) та ЕТНОПСИХОЛОГІЯ (аморальність), що спрямований на регулятивну сферу: навіювання необхідності захистити громадське населення як жертв нацистів, які є наодинці із власною проблемою, та знешкодити вбивць та брехунів.

У перспективі цієї роботи залишилися статистичні показники, які мають довести типовість залучених лінгвокогнітивних засобів інформаційного впливу, а також інші царини картини світу, що є для нього потенційно вразливими.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бондаренко Е.В. Время как лингвокогнитивный феномен англоязычной картины мира : монография / Е. В. Бондаренко. – Харьков: Харківський національний університет, 2009. – 377 с. – ISBN 978-966-623-619-0.
2. Жаботинская С.А. Имя как текст: концептуальная сеть лексического значения (анализ имени эмоции) / С.А. Жаботинская // Когниция. Коммуникация, Дискурс. – 2013. – Вып. 6. – С. 47-76. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://docs.google.com/viewer?a=v&pid=sites&srcid=ZGVmYXVsdGRvbWFpbnxjb2duaXRpb25kaXNjb3Vyc2V8Z3g6NWVlZTVmNDZiMDliYjQ2OA.
3. Жаботинская С.А. Язык как оружие в войне мировоззрений. Майдан – Антимайдан : словарь-тезаурус лексических инноваций / С.А. Жаботинская. – [Електронний ресурс]. – pdf file. – 90 с.
4. Колесников А. В. Российская идеология после Крыма. Пределы эффективности и мобилизации / Андрей Владимирович Колесников. – Рабочие материалы Московского Центра Карнеги. – июнь 2015 г. – Carnegie Endowment for International Peace. – 37 с. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://carnegie.ru/publications/?fa=60606.
5. Матурана У. Древо познания / Умберто Матурана, Франциско Варела. – [пер. с англ. Ю.А. Данилова]. – Прогресс-Традиция: Москва, 2001. – 224 с. – ISBN 5-89826-103-6.
6. Постовалова В. И. Картина мира в жизнедеятельности человека / В.И. Постовалова // Роль человеческого фактора в языке. Язык и картина мира. / [отв. ред. Б. А. Серебренников]. – М., 1988. – С. 8–69. – ISBN 5-02-010880-4.
7. Почепцов Г.Г. Информационные войны / Г.Г. Почепцов. – М.: Рефл-бук, К.: Ваклер, 2000. – 576 с. – ISBN 5-7749-0166-1.
8. Рубцов А. Откуда взялся «Крымнаш». Загадки новой российской идеологии / С. А. Медведев, А. В. Рубцов, А. В. Колесников. – [Институт философии РАН, Московский Центр

Карнеги, Радио «Свобода»]. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.svoboda.org/content/transcript/27147455.html.
9. Смирнов И. Н. Философия: Учебник для студентов высших учебных заведений / И. Н. Смирнов, В. Ф. Титов. – [Изд. 2-е, испр. и доп.] – М., 1998.– 288 с. – ISBN 5-7307-01596.
10. Степин В.С. Научная картина мира в культуре техногенной цивилизации : монография / В.С. Степин, Л.Ф. Кузнецова. – М., 1994. – 274 с. – ISBN 5-201-01853-X.
11. Язык и идеология. Критика идеалистических концепций функционирования и развития языка / [ред. Ю.А. Жлуктенко]. – Изд-во при Киевском гос. ун-те изд. объединения «Вища школа» : К., 1981. – 244 с.
12. Anderson K. Hacktivism and Politically Motivated Computer Crime / Kent Anderson. – Encurve LLC. 2009. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://rageuniversity.com/PRISONESCAPE/ANTITERROR%20LAWS/Politically-Motivated-Computer-Crime.pdf.
13. Backtweets. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://backtweets.com/
14. Dawkins R. The Selfish Gene / Richard Dawkins. – [30th Anniversary ed.]. – Oxford University Press : Oxford, 2006. – 384 p. – ISBN 0199291144, 0199291152 (pbk).
15. Fairclough N. Discourse and Social Change / Norman Fairclough. – Oxford : Polity Press, 1993. – 272 p. – ISBN 0745612180.
16. The Ecolinguistics Reader: Language, Ecology and Environment / [ed. Alwin Fill, Peter Mülhäusler]. – Continnum: London and New York, 2001. – 296 p. – ISBN 0-8264-4912-3 – ISBN 0-8264-4911-5 (pbk.).
17. The Kremlin's Secret War: Russia's Ghost Army in Ukraine (Full Length). – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.youtube.com/watch?v=C66mAkS1ZfM.
18. This is What the Ukraine War Looks Like: Pisky Ukraine: Eight Days on the Front Line, June 8-15, 2015. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.youtube.com/watch?v=eIe5N51I_RU.
19. Van Dijk T.A. Ideology: A Multidisciplinary Approach. – [2nd ed.]. / Teun A. van Dijk. – London, Thousand Oaks, New Delhi: SAGE Publications Ltd, 2000. – 384 p. – ISBN 0 7619 5654 9 – ISBN 0 7619 5655 7 (pbk).

Стаття надійшла до редакції 8.09.2015 р.

Bondarenko. I.V., Doctor of Philol.Sci., Professor
V. N. Karazin Kharkiv National University, Kharkiv

LANGUAGE AND IDEOLOGY: INFORMATION INFLUENCE ON THE WORLD MAP

The article addresses the issue of the linguistic cognitive aspect of information influence as a device of warfare during the conflict between the states or the blocs they represent. The research focuses on the notion of the world map, a complex cognitive entity, which is composed of interrelated mental structures (conceptual domains), and fulfills two basic functions: interpretative and regulative. The domains most vulnerable for information influence as well as its verbal devices are featured in Web 1.0 and 2.0 English electronic media.

Keywords: *conceptual domain, information influence, Web 1.0 and 2.0, world map.*

Бондаренко Е.В., д. филол. н., проф.,
Харьковский национальный университет им. В. Каразина, г. Харьков

ЯЗЫК И ИДЕОЛОГИЯ: ИНФОРМАЦИОННОЕ ВЛИЯНИЕ НА КАРТИНУ МИРА

В статье рассматривается лингвокогнитивный аспект информационного влияния как средства противостояния во время конфликта между странами или представленными ими блоками. В центре внимания исследования находится картина мира, которая является сложным когнитивным образованием, состоящим из взаимосвязанных ментальных структур (концептуальных областей) и выполняющим две базовых функции: интерпретативную и регулятивную. На материале англоязычных электронных изданий первого и второго веба выделены области, уязвимые для информационного влияния, а также вербальные средства его реализации.

Ключевые слова: *информационное влияние, картина мира, концептуальная область, первый и второй веб.*

УДК 811.111’38

Борисович О.В., к. філол. н.,
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ КОЛЬОРОНАЗВ У ПЕЙЗАЖІ (НА МАТЕРІАЛІ РОМАНУ А. МЕРДОК «МОРЕ, МОРЕ»)

У статті розглядаються особливості пейзажного опису у романі А.Мердок «Море, море» і його роль у структурі художнього тексту. Як показує аналіз, важливе місце у романі займають детальні описи моря і морських пейзажів, які створюють особливу атмосферу та передають внутрішній стан головного героя. Особливу увагу приділено ролі стилістично маркованих кольороназв як важливого елементу пейзажного опису, характерного для індивідуально-авторської картини світу А.Мердок. У результаті дослідження визначено мовні засоби вираження кольорів та проаналізовано функції кольороназв у романі.

Ключові слова: *кольороназви, пейзаж, стилістичний аналіз, художній дискурс.*

Проблема створення пейзажу, його роль у структурі художнього твору привертає увагу багатьох лінгвістів та літературознавців. Пейзаж або опис природи у художньому творі не тільки створює фон сюжетних подій, але також є частиною художнього образу, що допомагає розкривати внутрішній стан персонажів і справляти емоційне враження на читача. Одним із *актуальних* аспектів сучасних лінгвістичних досліджень є аналіз пейзажу у художніх творах як елементу індивідуальної картини світу письменника, що реалізується у своєрідності відбору мовних засобів [1; 5; 10]. Письменник наповнює пейзажі звуковими і зоровими художніми образами, у створенні яких важливу роль відіграють кольороназви.

Лексичні одиниці на позначення кольору у творчості А.Мердок вже привертали увагу дослідників у контексті аналізу функцій кольоропозначень у художньому

тексті, проблеми їх перекладу [2; 3] та визначення особливостей кольору і світла як художнього засобу мови письменника [12], але специфіка передачі кольору як елементу опису природи та стилістичні особливості кольороназв ще не були об'єктом детального вивчення. *Мета* статті полягає у визначенні особливостей створення пейзажного опису і функцій кольороназв у творах А.Мердок. Дослідження проводиться на матеріалі текстових фрагментів, що містять описи морських пейзажів, вибраних з роману А.Мердок «Море, море.» *Об'єктом* є колористична лексика у описах місцевості та природних явищ у романі А.Мердок «Море, море». *Предметом* є лінгвостилістичні особливості кольороназв у художньому описі природи.

Головний герой роману «Море, море», Чарльз Ерроубі, залишає театральну кар'єру і їде з Лондону, щоб провести час у тиші і самотності. Для цього він оселяється подалі від людей у будинку під назвою Shruff End, який знаходиться на самому березі моря. Сам герой називає цей період свого життя «a period of meditation» і прагне заповнити його написанням мемуарів, спогадами та спогляданням природи. У романі особливу увагу приділено опису моря та морських пейзажів, що стають невід'ємною частиною усамітненого життя головного героя.

Як відзначають дослідники, у творчості А.Мердок відображаються традиції готичної прози. Дія готичного роману зазвичай відбувається у замку, який у творі А.Мердок трансформується у будинок у віддаленому місці. Іншим важливим елементом готичної прози є обмеженість зовнішнього часу і простору, коли дія відбувається в одному місці впродовж кількох тижнів, а зовнішній світ ніби відрізаний, при цьому хронотоп творів розширюється за рахунок спогадів персонажів [6, С.137]. Замкненість світу, зображеного А.Мердок, підкреслюється описом одного й того ж, хоча і постійно мінливого пейзажу. Головний герой фіксує ці зміни, зумовлені як об'єктивними причинами, такими як часові ознаки, пори року, погода тощо, так і його суб'єктивним сприйняттям.

Власне сам роман починається з опису, що одночасно є першим абзацом майбутніх мемуарів або щоденника: The sea which lies before me as I write glows rather than sparkles in the bland May sunshine. With the tide turning, it leans quietly against the land, almost unflecked by ripples or by foam. Near to the horizon it is *a luxurious purple,* spotted with regular lines of *emerald green*. At the horizon it is *indigo.* Near to the shore, where my view is framed by rising heaps of humpy *yellow* rock, there is *a band of lighter green, icy and pure, less radiant, opaque however, not transparent*. We are in the north, and the bright sunshine cannot penetrate the sea. Where the gentle water taps the rocks there is still a surface skin of colour. The cloudless sky is very pale at the *indigo* horizon which *it lightly pencils in with silver.* Its blue gains towards the zenith and vibrates there. But the sky looks cold, even the sun looks cold. Як ілюструє цей уривок, у описах природи А.Мердок використовує широку палітру кольороназв. Система найменувань кольору в англійській мові формується різнорівневими засобами з використанням прикметників, іменників та словосполучень. Групу прикметників на позначення кольору можна розділити за типом творення та складністю кольору чи певного відтінку. Як показав аналіз роману, прості прикметники в описах природи зустрічаються у поєднанні з іншими простими прикметниками або у складі метафор, порівнянь та порівняльних конструкцій для

передачі різних нюансів і відтінків кольору: A little wind has arisen today and the sea is *blue and white* again. …the *white* round eye of the sky up above us. We climbed up the last bit and stood a moment looking out over Raven Bay where the calmer shallower sea was *the colour of turquoise.*

Похідні прикметники утворені шляхом додаванням суфіксів *–y* зі значенням "roughly that colour or having some of that colour in it" [14], та *–ish*, що має значення "somewhat; to some extent" [14]: … and suddenly we were alone together in that strange *greenish* light … . The rain came down, straight and *silvery*, like a punishment of steel rods. Складні прикметники на позначення кольору, утворені складанням основ, можна розподілити на декілька груп за моделями утворення та семантичними ознаками компонентів складного слова. Такі складні слова можуть утворюватися шляхом поєднання двох прикметників на позначення кольору, що за своєю структурою є простими або похідними: It is cloudy and the sea is a choppy dark *blue-grey*, an aggressive and unpleasant colour. A thick *grey-golden* mist still covered the land and the sea, bringing with it a terrible blanketed silence. Not a cloud, not a sound of thunder, just these huge displays of quick silent *yellowish-white* light. Одним із елементів складних прикметників можуть бути назви кольору, формування яких відбувається внаслідок метафоричного чи метонімічного перенесення, коли назви природних об'єктів, матеріалів чи речовин використовуються як прототип певного відтінку кольору. Наприклад, іменник *slate*, що перекладається як «аспідний/шиферний сланець», сірий камінь, що використовується у будівництві для дахів будинків, може позначати синьо-сірий відтінок: It is evening. Thick lumpy *slate-blue* clouds, their bulges lit up to a lighter blue. На позначення кольору також використовуються складні слова з дієприкметниковою основою –coloured. У проаналізованих прикладах з –coloured другим елементом є не базові кольори, а один із відтінків, що знаходиться на периферії кольорів: A rather cloudy day and a cool breeze, with a strange *coffee-coloured* light over the sea. The sea was a choppy dark blue, the sky pale, with a smooth gleaming *buff-coloured* cloud just above the horizon like a long tatter of silk. За визначенням словників одне із значень coffee – це світло-коричневий колір кави з молоком, a buff може використовуватися для позначення блідого жовтувато-коричневого кольору. Складні прикметники відтінку кольорів такого типу утворені від порівнянь за зразком "the colour of": I lit a candle and pulled the curtains although it was still light outside with a huge dull moon *the colour of Wensleydale cheese.*

Відтінки кольору також можуть передаватися складними прикметниками, де один із елементів, вказує на колір за асоціацією з певним об'єктом, а інший передає глибину чи насиченість кольору, напр.: The low and sinking half-moon was *cheese-pale* (cheese –«жовтий чи білий колір»). … an *iron-dark* line at the horizon (iron – «темно-сірий колір»).

За нашими спостереженнями більш характерними для стилю А.Мердок є використання субстантивного найменування кольору, коли прикметники переходять у іменники без використання словотворчих елементів: Beyond the other arm of the bay the sea was spotted with *purple*. The sky was *a faintly lucid grey* and the sea was *a lightless grey*, and the rocks were *a dark fuzzy greyish brown.* The sky was still a dimmed glowing blue, not yet sunk into *the blackish blue of night.* Такі іменники можуть модифікуватися

займенниками, неозначеним або означеним артиклем і мають свої граматичні та стилістичні особливості. Кольороназви з означеним артиклем «набувають матеріальної відчутності фізичної субстанції», де колір перетворюється із «характеристики об'єкта на його репрезентанта» [7, С.33]. Неозначений артикль додає до позначення кольору невпевненість мовця у точності визначення відтінка, тому назва кольору завжди уточнюється власним модифікатором [7, С.33]. У другому прикладі іменники *grey* і *brown* вживаються не окремо, а є частиною більш складних комбінованих позначень кольору у словосполученнях, які складаються з двох, трьох і більше прикметників, що дають більш деталізовану характеристику кольору. У художній літературі для підсилення значення якісної характеристики, для вираження емоційності та експресивності використовуються різні стилістичні прийоми, що полягають у встановленні певних синтагматичних відношень між прикметниками у атрибутивному ланцюжку. Одним із таких прийомів є «нанизування ряду прикметників-означень до одного іменника» [9, С. 79].

Коли йдеться про колір, то виділяють такі параметри, як його тон (hue), яскравість/світлота (lightness) і насиченість (saturation). В англійській мові зміна тону кольору зазвичай досягається за рахунок іншої кольороназви, що часто є похідним прикметником [11, С.45], наприклад: *a dark fuzzy greyish brown.* Поєднання прикметників *greyish* («сіруватий») і *brown* модифікує тональність, змінюючи колір на сірувато-коричневий. В той же час *greyish* використовується як одна із лексем на позначення низької кольорової насиченості. Окремо слід відзначити складні прикметники відтінку кольорів, що вже є сталими виразами, такі як, наприклад, bottle green («темно-зелений») і emerald green («яскраво-зелений»): Raven Bay was a *bottle green* colour which I had never seen it wear before. … spotted with regular lines of *emerald green*.

Розрізнення світлих і темних кольорів зазвичай виражається протиставленням *light – dark* [11, С.45]. У словосполученні *a lightless grey* таку функцію виконує прикметник *lightless* («темний, неосвітлений; який не дає, не випромінює світла»). Синонімічними до лексеми *light* є *pale, pallid* («дуже блідий») та *lucid* («ясний, світлий»): The vast bowl of the sea was glowing *a very pale blue.* The water was the colour of *very light blue enamel*. … *a faintly lucid grey.* The sky too had its northern look, *a pallid cool blue* between compact and very white fast-moving clouds.

Низька насиченість кольору передається лексемами *dulled, muted* («приглушений»)*, dimmed* («тьмяний»), а висока – за допомогою прикметників *brilliant* («сяючий; яскравий»), *radiant* («сяючий; променистий»)*, glittering* («блискучий»), *blazing* («палаючий»), *lurid* («вогненний, палаючий»): … *a sort of dulled gilt effect*; … *a sky of muddy and yet brilliant gold.* The sky was still *a dimmed glowing blue.* Apart from an iron-dark line at the horizon the sea and the sky are much the same colour, *a muted faintly radiant grey*, and expectant as if waiting for something to happen. The sun was already high and the sea was a lucid green nearer to the rocks, *a glittering azure* farther out. The sea had now changed colour and was *a slightly greyish glittering pale azure*, crepitating with little movements. … and by the time I was nearing Shruff End the sun had set, though there was still a lot of light in the sky, now *a radiant occluded azure* and clear of clouds. … made the grass *a lurid green*, the rocks *a blazing ochre*. Багата насиченість кольору також

передається прикметниками *rich* і *luxurious*, напр., *a luxurious purple*, *a rich bottle-green*. Всі описані вище атрибутивні конструкції, що передають параметри кольорів можуть модифікуватися прислівниками ступеня very, faintly, slightly.

В окрему групу віднесемо кольороназви, у яких реалізується семантика наявності/відсутності кольору або наявності/відсутності прозорості [4, С.8]: *translucent* («що просвічує; напівпрозорий»), *opaque* («темний, непрозорий»), *transparent* («прозорий»): I felt as if my neck were breaking as I looked up to see a dome of *dark faintly translucent green*, the wave above me. …*a band of lighter green, icy and pure, less radiant, opaque however, not transparent*.

У окремих випадках прикметники у поширених атрибутивних словосполученнях надають додаткову характеристику означуваному предмету, не пов'язану з кольором, наприклад: It is cloudy and the sea is *a choppy dark blue-grey*, an aggressive and unpleasant colour. Прикметник *choppy* описує неспокійне, покрите брижами море, тобто у такий спосіб передається не лише колір, але і розбурханий, неспокійний стан моря, з яким цей колір асоціюється. Також опис супроводжується коментарем головного героя, що передає його суб'єктивне ставлення і відображає внутрішні переживання. У наведеному нижче прикладі *pullulating* («що швидко розростається») у поєднанні з відтінком описує насичений колір густої молодої трави: The grass on the other side of the road was *a pullulating emerald green*… .

Окрім основного значення прикметники на позначення кольору в межах проаналізованих фрагментів реалізують додаткові значення, викликаючи позитивні чи негативні конотації: It has stopped raining and the sun is shining, but over most of the sea the sky is *a thick leaden grey*. За словниковим визначенням a leaden sea – це море темно-сірого кольору без жодного руху хвиль. Кольороназва leaden («сірий, свинцевий») викликає конотації негативної спрямованості з чимось важким і похмурим та допомагає передати настрій головного героя.

Важливою деталлю проаналізованих пейзажів є описи перехідних станів між днем та ніччю, час між світлом і темрявою, коли все позначено невизначеністю і розмитістю. Така роздвоєність знаходить своє відображення в оксиморонах, побудованих на поєднанні лексичних одиниць на позначення світла та темряви: I actually saw, in the *diffused midsummer darknesslight*, the creamy curling waves just below me, and the particular spiral of their movement in the confined space. I remember the lurid impression of that evening, the *vivid dark light*, the brilliant vibrating colours of the rocks, of the grass on the other side of the road, of Gilbert's yellow car. У такий час все здається безколірним або сірим: The rocks stretched away, visible as almost *colourless* lumps above black hollows. I awoke and it was day. *A clear grey light of dawn*, the sun not yet risen, illuminated the kitchen, showing the wine-stained table, the used dishes, the crumbled cheese. The wind had dropped and the sea was silent. *The blank grey silent light* revealed the rocks, the road, and James just getting into his car. The rocks were clearly revealed, still *indefinably colourless*. The sea was *utterly calm, glossy, grey*, without even ripples, marked only by the thinnest palest line at the horizon.

Аналізуючи кольораназви як важливий чинник формування образного світу художнього твору, можемо говорити про їх роль в організації як окремих фрагментів

так і тексту в цілому. Пейзаж часто сприймається крізь призму внутрішнього стану персонажу, де такий елемент як кольороназви може відігравати особливу роль, наприклад: The sea was now a *bluish purple*, *the colour of Hartley's eyes*. Знаходячись під величезним враженням від зустрічі із своїм першим коханням, жінкою на ім'я Хартлі, головний герой починає по-іншому сприймати навколишній світ, про що зокрема свідчить таке персоналізоване порівняння кольору моря із кольором очей Хартлі. Саме кольороназва може виступати поштовхом, що повертає певні спогади. Наприклад, в одному із епізодів, опис вечірнього неба переплітається з роздумами Чарльза і поступово переходить у опис сну, у якому він переживає особливий досвід, який описує так: Later I knew that I had been asleep and I opened my eyes with wonder and the sky had utterly changed again and was *no longer dark* but *bright, golden, gold-dust golden*, as if curtain after curtain had been removed behind the stars I had seen before. … And I was no longer I but something pinned down as an atom, an atom of an atom, a necessary captive spectator, a tiny mirror into which it was all indifferently beamed, as it motionlessly seethed and boiled, *gold behind gold behind gold*. Пізніше саме золотистий колір і спалахи зірок нагадають герою про вогні кінотеатру з дитинства і повернуть спогади про перше кохання. I found myself searching my mind for something that it was important to remember, to do with that night when I had lain out on the rocks and seen the ultimate cavern of the stars when the universe seemed to be turning inside out, and at the time this had reminded me of something, only I could not make out what; only now, as I seemed to see again that vast slowly changing infinitely deep dome of *luminously golden* stars, stars behind stars behind stars, did I recall what it was that I had been put in mind of. It was *the changing lights in the Odeon cinema* where I used to go with Hartley as a child!

Отже, проведений аналіз засвідчує, що у кольороназви є важливою деталлю пейзажних описів у романі А.Мердок «Море, Море». Для стилю А.Мердок характерним є використання широкої палітри кольорів з детальним відображенням тонів і відтінків. У групі відтінків кольору слід відзначити складні кольороназви, утворені на основі простих прикметників, похідних прикметників із суфіксами –у та –ish та лексем, що позначають колір внаслідок метафоричного чи метонімічного перенесення. Особливою рисою є використання субстантивованих кольороназв у поширених атрибутивних словосполученнях, куди входять два і більше прикметники, які описують колір за параметрами відтінку, яскравості та насиченості.

Пейзаж у романі виконує декілька функцій: окрім власне описової, чи скоріше естетичної, що є важливим для розкриття характеру головного героя, опис природи також відповідає внутрішньому стану героя, коли опис переривається його рефлексіями або спогадами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Анисимова И. Н.* К вопросу о функциональной значимости пейзажных описаний в структуре художественного текста // И. Н. Анисимова // Вестник Чувашского университета. Гуманитарные науки. – 2010. – № 4. – С. 181-185.

2. *Асланова А. А*. Коммуникативная стратегия отражения динамики цветообозначений в художественном дискурсе Айрис Мердок / А. А. Асланова // Гуманитарные и социальные науки. – 2012. – №2. – С. 182-189.
3. *Горн Е. А.* Дескриптивная функция цветообозначений в художественном тексте на примере современной английской литературы // Е. А. Горн // Мир науки, культуры, образования. – №5 (42). – 2013. – С. 312-314.
4. *Давіденко К. О.* Кольороназви в індивідуально-авторській картині світу Максиміліана Волошина: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.02 «Російська мова» / К. О. Давіденко. – Таврійський національний університет ім. В. І. Вернадського. – Сімферополь, 2007. – 20 с.
5. *Зотова Л. И.* Роль и место пейзажа в «малой» прозе Р. Киплинга 1880-1890-х годов / Л. И. Зотова // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. – 2009. – Вып. № 114. – С. 199 –203.
6. *Зырянова Ю. И.* Традиции английского готического романа в произведениях А. Мердок («Черный Принц», «Дитя Моря», «Море, Море») / Ю. И. Зырянова // Вестн. Челяб. ун-та. Сер. 2, Филология. – 1996. – № 1. – С. 136–140.
7. *Кухаренко В. А*. Интерпретация текста: Учеб. пособие для студентов пед. ин-тов по спец. №2013 «Иностр. яз.» / В. А. Кухаренко. – [2-е изд. перераб.]. – М.: Просвещение, 1988. – 192 с.
8. *Лук'янець Г. Г.* Семантичні особливості англійських складних кольороназв: досвід корпусного дослідження / Г. Г. Лук'янець // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Сер. : Філологічна. – 2012. – Вип. 27. – С. 48–50.
9. *Мороховский А. Н.* Стилистика английского языка / А. Н. Мороховский, О. П. Воробьёва, Н. И. Лихошерст, З. В. Тимошенко. – К.: Высш. шк, 1984. – 247 с.
10. *Пасічник Г. П.* Лексико-семантичні та структурні особливості тематично-описового дискурсу "природа" у творах англійських письменників XVIII – початку XX століття: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.04 «Германські мови» / Г. П. Пасічник. – Львів. нац. ун-т ім. І.Франка. – Львів, 2005. – 19 с.
11. *Петроченко Л. А., Глухий Я. А.* Статика и динамика цветообозначения (на материале английского языка) / Л. А. Петроченко, Я. А. Глухий // Вестник ТГПУ. – 2011. – Вып.9 (111). – С.43 –48.
12. *Шеін Н.В.* Связь цвета и образа главного героя в романе А.Мердок «Время Ангелов» / Н.В. Шеін // Наукові записки ХНПУ ім. Г.С. Сковороди. – 2014. – Вип. 2 (78), частина перша. – С. 202-210.
13. *Collins Cobuild Advanced Learner's English Dictionary* [Електронний ресурс] : [Веб-сайт]. – Електронні дані. – Режим доступу: [http://www.collinsdictionary.com/]. – Назва з екрана.
14. *Murdoch I. The Sea, the Sea* / Iris Murdoch. – London : Vintage Books, 2009. – 538p.

Стаття надійшла до редакції 8.09.2015 р.

Борисович О.В., канд. филол. наук,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ЦВЕТООБОЗНАЧЕНИЙ В ПЕЙЗАЖЕ (НА МАТЕРИАЛЕ РОМАНА А.МЕРДОК «МОРЕ, МОРЕ»)

В статье рассматриваются особенности описания пейзажа в романе А.Мердок «Море, море» и его роль в структуре художественного текста. Как показывает анализ, важное место в романе занимают детальные описания моря и морских пейзажей, создающих особую атмосферу и передающих внутреннее состояние главного героя. Особое внимание обращено на роль стилистически маркированных цветообразований как один из важных элементов пейзажного описания, характерного для индивидуально-авторской картины мира А. Мердок. В результате исследования выявлены способы выражения цветов, а также проанализованы функции цветообозначений в романе.

Ключевые слова: *цветообозначения, пейзаж, стилистический анализ, художественный дискурс.*

Borysovych O.V., Ph.D. (Philol.Sc.),
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

STYLISTIC USE OF COLOUR TERMS IN LANDSCAPE DESCRIPTIONS IN THE NOVEL "THE SEA, THE SEA" BY I.MURDOCH

The article deals with the landscape description in the novel by I. Murdoch "The Sea, the Sea" and the role it plays in the structure of literary text. The research shows that the detailed description of the sea and sea landscapes plays an important role in the novel creating a specific atmosphere and helping to mirror the main character's state of mind. The central focus of the study is the analysis of stylistically marked colour terms as an important feature of I. Murdoch style. The article examines the main linguistic means of colour nomination and defines their functions in the novel.

Keywords: *colour terms, landscape, stylistic analysis, literary discourse.*

УДК 811.111'373.611'06

Бортничук О.М., к.філол.н., доц.,
Пастушенко Л.П., к.філол.н, доц.,
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

АКТИВНІСТЬ СЛОВОТВІРНОГО ПРОЦЕСУ ТЕЛЕСКОПІЇ У СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

Статтю присвячено дослідженню сучасного стану словотвірної системи англійської мови. Головну увагу приділено телескопії як найбільш активному та динамічному засобу утворення нових лексичних одиниць.

Ключові слова*: засоби словотворення, телескопія, телескопні слова.*

Упродовж багатьох років дослідження питань поповнення словникового складу англійської мови продовжує залишатися у центрі уваги лінгвістів, хоча методи і

напрями студій варіюються в залежності від загальних тенденцій розвитку мовознавства і певною мірою відтворюють динаміку розвитку матеріального світу. Найважливішим джерелом поповнення словникового складу мови безумовно є словотвір, в якому використовують існуючі засоби створення нових лексичних одиниць згідно існуючим словотвірним моделям з використанням існуючого словотвірного інвентарю. Здавалось б, у сфері словотвору неможливо виявити щось нове, але в кожний окремий період розвитку суспільства продуктивними є різні засоби словотворення або їх комбінація, активно використовуються різні словотвірні моделі. Дослідження словотвірної системи сучасної англійської мови дає можливість встановити певні правила та закономірності побудови слів. Вміння виокремити в складі слова словотвірні елементи, визначити засіб його утворення та словотвірну модель, за якою воно створено, сприяє свідомому і глибокому засвоєнню лексичних одиниць та більш високому рівню володіння іноземною мовою. Безперервний розвиток словникового складу мови дає необмежений матеріал не тільки для дослідження функціонування словотвірної системи на певному конкретному етапі її розвитку, а й для зіставлення характеру її функціонування на різних етапах розвитку.

Головні засоби англійського словотвору – афіксація, конверсія, словоскладання, а також скорочення, в результаті якого виникають усічені слова, ініціальні абревіатури та телескопні слова, активно працюють на сучасному етапі, про що свідчать численні неологізми, що виникли впродовж останніх десятиріч, наприклад, **hospitalist**, *n* медик, який працює тільки в лікарні, **paparazzification**, *n* процес тривіалізації чогось, **regift**, *v* передарувати подаровану річ, **mouse race**, *n* спокійне, позбавлене стресів життя, **nanny car**, *n* комп'ютеризований автомобіль, здатний застерегти водія від небезпечних дій, **NUMBY** (Not under my back yard), *n* рух проти розміщення небезпечних об'єктів, речовин під помешканням, **p.a.** (public address), *n* передача інформації по радіо, **nursebot** (nurse + robot), *n* робот-нянька, робот-медсестра. Крім того, спостерігається взаємодія окремих словотвірних засобів, наприклад афіксації та конверсії, словоскладання та конверсії, телескопії та афіксації. Таким чином, для створення нових лексичних одиниць мова використовує власний «будівельний матеріал», існуючі моделі та засоби словотворення. Однак мова є суспільним явищем, вона віддзеркалює усі процеси, що відбуваються у суспільстві, усі політичні, економічні, соціальні, культурні явища, що їх продукує розвиток суспільства, тобто словотвір як шлях до збільшення словникового складу мови також належить до динамічних складників розвитку суспільства *per se*.

Словотвірна система англійської мови є єдиним цілим, окремі елементи якої, в залежності від потреб мовної спільноти, більш або менш активно та диференційовано використовуються для створення нових лексичних одиниць. Використання того або іншого словотвірного засобу, інвентаря або моделі зумовлено цілою низкою факторів – лінгвальних та позалінгвальних. Так, з огляду на дані словників неологізмів та глосарії нових слів, найактивнішими джерелами збагачення лексичного складу англійської мови є сфера інформаційних та комп'ютерних технологій, бізнесово-комерційних відносин, соціально-політичних зв'язків,а також таких явищ як тероризм, війна, дискримінація, глобалізація та охорона довкілля. Саме ці предметні «домени»

постачають найбільшу кількість новотворень; саме в цих предметних сферах відбуваються найактивніші словотвірні процеси, що виникають як необхідність номінувати відповідні явища та процеси англомовного світу. Таким чином, безперервність утворення нових слів не лишає сумнівів стосовно того, що неологія має враховувати не лише суто лінгвальні аспекти словотворення, а й вивчати соціолінгвістичні чинники інновацій англійської мови, адже для будь-якого суспільства характерним є динамічний компонент, тобто прискорений рух вперед, пришвидшений темп життя, внаслідок чого відбувається ущільнення подій і процесів, коли за меншу одиницю часу продукується більший обсяг інформації. Стосовно мовленнєвих явищ, яскравим свідченням тому слугують такі способи словотвору, як складання основ, скорочення і, власне, утворення телескопізмів (blends, telescoped words, portmanteau words).

Під телескопією розуміємо засіб словотворення, при якому нове слово виникає в результаті злиття повної основи одного слова з усіченою основою другого слова, або в результаті злиття двох усічених основ. Значення нового утворення включає в себе повністю або частково значення його структурних компонентів. А.Лерер визначає їх як " …складні слова, які складаються із одного слова і частини іншого або частин двох (подекуди трьох) слів. Така частина слова називається друзком (splinter)" [Lehrer , 116]

Слід підкреслити, що лінгвістичний статус телескопії як способу словотвору залишається предметом дискусій дослідників мови. Більшість вважає, що телескопні слова мають «незвичний вигляд» (unusual-looking words)[V.Adams, 146], вони виникають завдяки засобам масової комунікації, тобто у найбільш динамічній сфері людського спілкування, яка, до того ж, є швидкоплинною. Цей факт наштовхує дослідників на необхідність розмежування неологізмів та оказіоналізмів. Існують різні точки зору щодо місця телескопії серед інших засобів словотвору – іноді його ототожнюють з словоскладанням, іноді – з абревіацією або вважають, що цей спосіб займає проміжне місце між словоскладанням та абревіацією як окремий спосіб словотворення. Подібні розходження точок зору пояснюється тим, що телескопія є порівняно молодим засобом словотворення. В.Адамс зазначає, що основна маса телескопних слів з'явилася лише в XX столітті, потому продуктивність телескопії постійно зростає, про що свідчать і сучасні словники неологізмів. Слід зазначити, що перші слова подібного типу з'явилися в XV столітті. Телескопні слова створювалися в більшості випадків заради жарту і лише в XX столітті, а особливо у XXI, подібні слова почали з'являтися як результат дії словотвірного процесу, особливості і закономірності якого ще очікують на дослідження; між тим, телескопні слова є серйозним і значним доповненням до словникового складу англійської мови, хоча значна частина телескопізмів мають ситуативний характер, тобто не реєструються словниками і мають статус оказіональних утворень. Особливістю телескопних слів є їх залежність від контексту і не носіям англійської мови значення більшості телескопізмів важко зрозуміти без пояснень навіть за умови розуміння значень його повних, тобто неусічених, структурних компонентів, наприклад: **carbage** (car+garbage), *n* бруд та сміття, які назбируються в автомобілях, особливо в глибині салону; **camikini** (camisole + bikini), *n* комбінований жіночий купальник, нижню частину якого становить бікіні; **brandalism** (brand + vandalism), *n* спотворення екстер'єру будівель та

естетичного вигляду міста загалом різноманітними рекламними щитами і т.п. Певні складнощі викликають також орфографія та особливо вимова неологізмів, оскільки вони, як правило, утворюються в писемній формі англійської мови, а словники неологізмів не завжди наводять транскрипцію.

При дослідженні телескопії, як і будь-якого іншого засобу словотворення, слід враховувати два аспекти – структуру (план вираження) і семантику (план змісту). Особливістю будови телескопного слова», –зазначає Ю. О. Жлуктенко – є те, що принаймні один з його компонентів представлено не цілою, а усіченою основою, його фрагментом, і це є основною відмінністю телескопії від словоскладання, при якому компонентами є цілі основи. Більшість телескопізмів, на відміну від абревіатур, не мають відповідників у вільних словосполученнях, а створюються в результаті встановлення асоціативних зв'язків між двома синтаксично відособленими словами [Жлуктенко].

Телескопізми у більшості випадків є одиночними утвореннями, окремі елементи яких не повторюються в інших утвореннях з тим же значенням. Однак серед телескопних слів є такі, що створюють структурно-семантичні моделі на позначення певного поняття або явища, причому телескопізми можуть бути модельовані по першому або другому елементу. Слід зазначити, що в сучасній англійській мові спостерігається зростання словотвірної активності телескопних основ, які використовуються для створення як лінійних, так і нелінійних похідних, найчастіше це суфіксальні утворення, але також з'являються складні слова з телескопною основою і похідні, створені по конверсії, наприклад: **mancation** (man + vacation), *n* відпустка в колі чоловіків; **mancationer**, *n* той, хто проводить відпустку в колі чоловіків; **mancationing**, *n* проведення відпустки в колі чоловіків. Участь основи в словотворенні, як відомо, залежить як від лінгвальних факторів (лексико-граматичного значення та структурних характеристик основи), так і позалінгвальних факторів. Яскравим прикладом поєднання обох факторів є телескопізм **blog** (web + log), *n* журнал або щоденник в Інтернеті, від основи якого шляхом конверсії було створено дієслово **blog** (web + log), *v* друкувати журнали в Інтернеті, від якого, в свою чергу, утворилися суфіксальні похідні **blogger**, *n* 1) особа, яка цікавиться Інтернет-журналами, дописує до них і т.п. 2) особа, яка розміщує свої Інтернет-журнали (online) та **blogging**, *n* створення Інтернет-журналів. Крім того телескопна іменна основа **-blog-** є компонентом складних слів **blog book** (blog-book) Інтернет-книга, яка складається з багатьох Інтернет-журналів, **blogsphere**, *n* світ Інтернет-журналів, **blogspotting**, *n* пошуки Інтернет журналів та **blogswarm** (blog + swarm), *n* одночасне зосередження багатьох користувачів блогами на одній темі, на одному предметі і т.п., що приводить до непередбачуваних наслідків та ускладнень. Найбільш цікавим є створення телескопізмів за участі тієї ж телескопної основи **-blog-** : **blogebrity** (blog + celebrity), *n* відомий і популярний укладач Інтернет-журналів; **blogspiracy** (blog + conspiracy), *n* практика проведення дезінформації через Інтернет (через так звані блоги), **blogsploitation** (blog + exploitation), *n* шахрайство через використання Інтернет-журналів засобами масової інформації США, **blogstitute** (blog + prostitute), *n* особа, яка просить інших користувачів Інтернет-журналів про різні послуги. [Зацний, с. 96].

Якщо згадати той факт, що афіксація як спосіб словотвору має спиратися на ознаку рекурентності, тобто можливості утворення слова у відповідності до певної моделі, то для телескопних слів цей критерій не є домінуючим, почасти він відсутній взагалі, тобто, телескопізми є переважним чином «одноосібними» словами, представленими у одному примірнику, наприклад **bleen**(blue+green) блакитно-зелений колір води; **ladybro** (lady+brother) подруга, жінка-друг по відношенню до іншої жінки; **Marchuary** (March+January or February) січень або лютий, який за станом погоди нагадує березень; **sheeple** (sheep+people) люди, які сліпо вірять в ідею і які легко потрапляють під чийсь вплив; **Valentation** (Valentine+invitation), валентинка, запрошення на день Святого Валентина тощо. Однак, утворення нових слів-телескопізмів не слід розглядати спрощено, так би мовити, «explain-it-as-you-see-it». Поява великої кількості телескопізмів, з одного боку, відтворює об'єктивні закони розвитку суспільства, а з іншого, дає можливість зробити припущення, що існує певна лінгвальна пам'ять людини (навіть якщо ця людина і не пов'язана професійно з мовою), яка стосується морфології, тобто свідомої або підсвідомої здатності поділу слова на складники-морфеми, внаслідок чого і утворюються «незвичайні» слова за моделлю «частина + частина = ціле». При цьому виділення правильних (з огляду на морфологію) складників, а саме основ та афіксів, не є критерієм словотворення. Слід також підкреслити, що семантична складова відіграє у такому процесі дуже велику роль. Відомо, що характерною ознакою афіксів-деривацій них морфем є їх семантична релевантність, а саме присутність певного категорійно-абстрактного значення, яке має супроводжуватися рекурентністю вживання, здатністю цієї деривацій ної морфеми утворювати нові слова (див., наприклад, Каращук,1977). У випадку телескопних слів другий критерій є відсутнім, а перший значною мірою модифікованим, адже у такому телескопізмі, як, наприклад, **chunnel** (channel+tunnel) «тунель під протокою» значення обох словотвірних компонентів є абсолютно прозорими і семантично ідентифікованими.

Водночас все більшого поширення набуває явище, коли один із словотвірних друзків (splinters) перебирає на себе функцію рекурентності і вживається для утворення нових слів. (Класичним прикладом цього явища слугують численні утворення з елементом **-(a)holic** – **shopaholic, peaceaholic, netaholic** тощо.) Однак, морфологічний статус таких одиниць залишається невизначеним, про що свідчить і неузгодженість у сфері термінології. Так, словник OED Online класифікує елементи **-gate**, **-holic** і **-thon** як суфікси, а словник Merriam Webster Online як так звані «комбінуючі форми» (combining forms); як вже згадувалось, А.Лерер визначає їх як «друзки» (splinters); Е.Вінклер взагалі називає цей процес "morphological misanalysis" і пояснює, що внаслідок певної «гри» слово ділиться на умовні кореневі і зв'язані (=деривацій ні) морфеми нетрадиційним способом і додає «…the morphemes of a word are misanalysed and a new morpheme is attached to other roots"(Winkler,128). Строго кажучи, термін «нова морфема» є досить спірним, але, з огляду на існуючі і закріплені у мові типи морфем, така «нова морфема» може бути співставлена з деривацій ними афіксами, оскільки всім їм притаманні такі ознаки, як: 1) певна частота вживання, тобто рекурентність (слід лише згадати кількість слів з елементом **(a)holic**); 2) вони, безумовно, сприймаються як частина слова і тим самим відповідають критерію вільної ідентифікації;

3) вони є семантично релевантними морфемами, вони мають певне значення, хоча, у порівнянні з власне деривaційними афіксами, це значення більш конкретне і конденсоване, а не абстраговане. Зв'язок цих морфем-друзок із словом-прототипом є прозорим і зрозумілим, оскільки вони імплікують значення повної лексичної одиниці, від якої ці друзки і відокремилися. У якості доказу можна розглянути низку деяких морфем-друзок, а саме: **-(a)holic , -gate, -(a)thon**.

Словотвірна морфема-друзок **-(a)holic**, яка і започаткувала цей спосіб словотворення, може додаватися до номінативної або дієслівної основи і позначає людей, які занадто захоплюються чимось або мають завелику пристрасть до певного виду діяльності. Серед лексичних одиниць, які вже зареєстровані у словнику OED Online представлені: **foodaholic, drugaholic, readaholic, shopaholic, drivaholic, spendaholic, milkaholic, reggaeholic, aquaholic, faxaholic, golfaholic, helpaholic, hockeyholic, holidayholic, huntaholic, leisureholic, operaholic, smokaholic, soapaholic, sportaholic, vodkaholic, wasteholic, sexaholic plasticsurgicaholic**. До більш сучасних утворень належать такі одиниці, як **celloholic, dietholic, junkaholic, netaholic, peaceholic, surgiholic, technoholic** тощо.

Словотвірна морфема-друзок **-gate** символізує політичний скандал у США у 70-х роках минулого століття, коли тогочасний президент Роберт Ніксон був звинувачений у протиправних діях, а саме встановленні підслуховуючої апаратури у готелі Watergate у Вашингтоні. Цей готель був штаб-квартирою Демократичної партії, і події того часу призвели до уотергейтського скандалу і відставки Р.Ніксона. З того часу друзок **-gate** позначає скандал на високому політичному або державному рівні, наприклад, **Irancontragate /Irangate** (скандал, пов'язаний з політикою Р.Рейгана), **Monicagate, zippergate** (лексичні одиниці на позначення сексуальних походеньок Біла Клінтона), **Cablegate** (Wikileaks), **Copygate** (скандал, який виник внаслідок звинувачення німецького міністра оборони Гуттенберга у плагіаті під час написання докторської дисертації) [Winkler,2012:127].

Словотвіна морфема-друзок **–(a)thon** позначає подію або процесс, який відбувається дуже довгий період часу і є достатньо складним і напруженим, але спрямованим на досягнення якоїсь винагороди. Етимон, вочевидь, має грецьке коріння, але в сучасній мові 'марафон' позначає вид спортивних змагань – марафонський біг, дистанцію довжиною в 42 кілометри. Найпершим новотворенням було слово **telethon**, зафіксоване словником OED у 1949 році. Іншими прикладами слугують такі слова, як **walkathon, bikathon, jogathon, thrashathon, dancethon, paintathon, performancethon, pianothon, poolathon, swimathon, rockathon, shopathon** [A.Lehrer, 2007: 118]. А.Лерер також звертає увагу на вплив і поширення морфем-друзок на інші мови. Так, у Франції чотирьохгодинна програма, спрямована за збір коштів для боротьби із СНІДом, називалася **SIDAthon** (SIDA – французький акронім СНІД), вже не кажучи про загальновідоме слово 'трудоголик'.

Іншими, менш продуктивними, але більш сучасними прикладами морфем-друзок є: **– *licious*** є морфологізованою частиною слова **delicious** – прикметника, що передає значення чогось чудового, прекрасного і чарівного. Відповідну сему зберігають такі новоутворення, як **applicious, bubblicious** (реклама жувальної гумки),

gobblicious (реклама корму для котів), **berry-licious** (рекламний напис на пакеті із свіжою суницею), **foodilicious**; ***-umentary*** сприймається як частина лексичної одиниці **documentary** документальний фільм і є складником таких новотворень, як **mockumentary** (сатиричний фільм у формі документального кіно), **rockumentary** (документальний фільм про рок-музику), **soapumentary** (документальний фільм про мильні опери), **crockumentary** (відеофільм або програма, зміст і достовірність яких ніби-то підтверджується історичними та археологічними фактами); ***-scape*** є морфемою-друзком слова **landscape** ландшафт, пейзаж, тобто, позначає панорамний вид, краєвид на певний об'єкт, наприклад **mountainscape**, **forestscape, moonscape, bridgescape, cityscape, streetscape**, **acquascape, lightscape** і навіть утворює такі абстрактні іменники, як **mindscape** та **soundscape**; ***-tainment*** походить від слова **entertainment**, у семантичному складі якого значення «розвага, забава, утіха» дозволило утворити такі слова, як **agritainment, edutainment, shoppertainment, wintertainmet**; ***-stitute*** є доволі екзотичним друзком від слова **prostitute**, яке позначає повію, продажну людину. Саме сема продажності спровокувала появу таких слів, як **crosstitute** (той, хто переходить із однієї партії в іншу), **blogstitute** (особа, яка просить інших користувачів Інтернет-журналів про різні послуги), **biostitute** (вчений, якому платять за те, що він свідчитиме на користь компанії, що завдає шкоди довкіллю). У якості останнього приклада слід згадати майже сучасний словотвірний елемент ***-(ma)geddon*** , який є друзком слова **Armageddon**, біблійним значенням якого є «армагеддон, битва під час страшного суду» і метафоричне значення якого символізує велике, глобальне побоїще. Сему величезної, подекуди глобальної катастрофи можна відстежити у таких новотвореннях, як **snowmageddon** (на позначення дуже сильних снігопадів у США 2014-2015 року, які майже паралізували життя у окремих районах країни), **NoMageddon** (про протестний рух, демонстрацію незгоди), **Eurogeddon** (на позначення різкого погіршення економічного стану у Європі у 2012 році).

Окрім суфіксальних (за позицією і способом словотвору) морфем-друзок сучасна мова рясніє і префіксальними новоутвореннями із друзками **e-** (electronic) та **i-** (information), наприклад **e-bomb, e-help, e-service, e-text, i-community, i-science, i-jury** тощо. [Зацний 2008:50]

Вочевидь, отримати переконливу й однозначну відповідь на питання про лінгвістичний статус розглянутих словотвірних елементів на сучасному етапі розвитку мови не видається можливим. Вони, як у калейдоскопі, віддзеркалюють і поєднують у собі існуючі способи словотворення – афіксацію, складення основ, скорочення, телескопію. І тому, внаслідок безсумнівних конвергентних процесів у царині словотворення та з огляду на динаміку розвитку суспільства в цілому, можна висунути припущення про виникнення особливого підвиду морфем-друзків (splinters), або морфологізованих частин слів як деривaційних елементів нової доби (new-age morphemes), які набувають усе більшого поширення і утворюють «незвичні» слова і тому заслуговують на ретельний аналіз та увагу з боку дослідників англійської лексики.

ЛІТЕРАТУРА

1. Английские неологизмы (60-70-е годы) / Под ред. Ю.А. Жлуктенко – Киев, Изд-во Вища школа, 1983. – 232с.
2. *Бортничук* Е.Н., Василенко И.В., Пастушенко Л.П. Словообразование в современном английском языке / Под ред. Ю.А.Жлуктенко – Киев: Изд-во Вища школа, 1988. – 263с.
3. *Зацний Ю.А..Янков А.В*. Інновації у словниковому складі англійської мови початку XXI століття:англо-український словник.Словник – Вінниця: Изд-во Нова книга, 2008.- 360 с.
4. *Каращук П.М*. Словообразование английского языка. – М.: Изд-во Наука, 1977. – 325с.
5. *Adams,V*. An Introduction to Modern English Word-Formation. Longman, 1988. – 230 p.
6. *Lehrer A*. Advertising and the Media:Blendalicious. – Lexical Creativity,Texts and Contexts / ed.by Judith Munat – 2007. – 401 p. [Електронний ресурс].-Режим доступу: http://books.google.com.ua
7. *Winkler E.G*.Understanding English- 2012. – 410 p. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://books.google.com.ua/books?id

СЛОВНИКИ

8. Oxford English Dictionary Online – www.oxford-dictionaries.com
9. Merriam Webster Dictionary Online – www.merriam-webster.com

Стаття надійшла до редакції 8.09.2015 р.

Bortnychuk O.M., Ph.D. (Philol.Sc.), Associate professor
Pastushenko L.P., Ph.D. (Philol.Sc.), Associate professor
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

THE ACTIVITY OF TELESCOPING IN MODERN ENGLISH

The article deals with the description of the present-day English word formation system activity. The main attention is paid to telescoping as one of the most productive types of word formation in Modern English.

Keywords*: types of word formation, telescoping, telescoped words.*

Бортничук О.М., к. филол. наук, доц..
Пастушенко Л.П., к. филол. наук, доц.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

АКТИВНОСТЬ СЛОВООБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ТЕЛЕСКОПИИ В СОВРЕМЕННОМ АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Статья посвящена изучению современного состояния словообразовательной системы английского языка. Основное внимание уделяется телескопии как наиболее активному и динамичному способу образования новых лексических единиц.

Ключевые слова*: способы словообразования, телескопия, телескопизмы.*

УДК 81:316.72

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

ЛІНГВОПРАГМАТИКА ДОВІРИ В МІЖКУЛЬТУРНІЙ КОМУНІКАЦІЇ

Статтю присвячено аналізу поняття довіри в міжкультурній комунікації, зокрема у міжнародних відносинах, у лінгвопрагматичному аспекті. Представлено комунікативну модель встановлення відносин довіри через побудову образів комунікантів. На матеріалі промов президента Франції та його іноземних колег розглянуто семантичні та прагматичні особливості вираження спільності та зняття модусу непевності як передумови встановлення таких відносин.

Ключові слова: *міжкультурна комунікація, міжнародні відносини, довіра, образ комуніканта, лінгвопрагматика, семантика, спільність, непевність.*

Міжкультурна комунікація стала останнім часом одним із найбільш актуальних напрямків дослідження у лінгвокультурології, етнолінгвістиці, комунікативній лінгвістиці, лінгвопрагматиці. Зростання інтересу до проблем міжкультурної комунікації зумовлено процесами світової глобалізації, активною мобільністю населення у багатьох регіонах світу, інтернаціоналізацією у сфері політики, економіки, культури. Цей новий складний вимір вимагає залучення відповідних підходів та їх використання у зіставному плані. Основною проблемою міжкультурної комунікації є забезпечення взаєморозуміння і кооперації між її учасниками. Саме вона зумовлює розвязання низки питань, які сфокусовано навколо встановлення і підтримання відносин довіри у комунікативному процесі.

Проблема довіри є наразі однією з найбільш дискутованих у суспільних науках, теорії і практиці управління, міжнародних відносинах. Поняття довіри виходить у площину права, контрактних відносин [Luhmann 2006, p. 37-39], розглядається як об'єднавче в політичному і суспільному житті [Зиммель 2006, с. 127-128], як «механізм, усе більше необхідний у сучасному суспільстві, в якому розвиваються чітко визначені способи регулювання суспільних інтеракцій і транзакцій (закони, кодекси, регламенти і т.п.)» [Quéré 2001a, p.125]. Довіра розглядається або як риса довірителя, або як форма особистісної характеристики, морального зобов'язання, когнітивної схильності чи рефлексії надійності іншої особи, встановлена історією взаємодії, репутацією третьої особи чи нормативними обмеженнями. пов'язаними з роллю цієї іншої особи [Whom can we trust 2009, p.18].

Підсумовуючи різні визначення довіри, А.М.Хоффман резюмує їх у пяти положеннях: 1) довіра є таким ставленням, яке включає намагання помістити долю інтересів однієї особи чи групи під контроль іншої; 2) відносини довіри є її поведінковими проявами; 3) інтенсивність і сфера дії довіри може варіюватися; 4) довіряти іншим означає передбачати їх майбутні дії; 5) актор ризикує, довіряючи свої інтереси іншим та засновуючись на субєктивній оцінці вірогідності того, що його довіра справдиться [Hoffman 2002, p.376-379].

Довіра залежить від культурного контексту, часового фактору, мікро- чи макросоціального рівня взаємодії, пов'язується з психологічними рисами та настановами довірливості, недовіри, сумніву, поведінковими моделями тощо. Останнім часом ця проблематика постає також у площині міжнаціональних контактів, пов'язаних з політичною, економічною діяльністю, з проблемами міграції, мультикультуралізму, зокрема у працях таких учених, як Ф.Фукуяма, Т.Ямагіші, В.Гудікунст, К.С.Кук, М.Ватабе, Е.Кідд, А.Парке, Дж.В.Беррі, М.Нішішіба, Р.Коунер, К.Вард, Я.П.Ван Уденховен та ін.

На соціально зумовленій сутності довіри наголошують її численні дослідники. При цьому довіра розглядається як багатовимірне явище, у якому когнітивні, емотивні та поведінкові аспекти є соціологічно зумовленими [Lewis 1985, p.968-972]. У глобальному соціокультурному вимірі поняття довіри пов'язується з соціальним капіталом, визначенню та аналізу сутності якого присвячено дослідження Ф.Фукуями, П.Бурдьє, Дж.С.Коулмена, Р.Патнема. З погляду Ф.Фукуями, соціальний капітал — «це певний потенціал суспільства чи його частини, який виникає як результат існування довіри між його членами. Він може бути втілений і в найменшому базовому соціальному колективі – сімї, і в найбільшому колективі з можливих — нації, і в усіх колективах, які існують у проміжку між ними. Соціальний капітал відрізняється від інших форм людського капіталу тим, що звичайно він створюється і передається за посередництва культурних механизмів – таких як релігія, традиція, звичай» [Фукуяма 2004, с.52].

Особливої значущості відносини довіри набувають у контексті міжнародних відносин. Дослідники зазначають, що це питання вже давно виникало в історії людства, проте небагато праць присвячено проблемі довіри в сучасну добу [Hoffman 2006, p.1]. При цьому більшість учених вважає, що встановити відносини довіри в міжнародних відносинах неможливо. Таке твердження виходить із того, що ця царина належить до анархічного середовища, де немає вищого авторитету, панує всеохопний стан невизначеності та побоювань щодо поведінки інших гравців [Ruzicka 2010, p.71]. Ідеться передусім про змагання за владу, вплив, території. захист власних економічних та політичних інтересів. Водночас недовіру можна подолати шляхом дій кооперативного спрямування, навіть односторонніх, демонстрації сталої політики, зміни іміджу ворожості [Welch Larson 1997, p.3-5]. Вразливість, ризики, непевність, потенційні втрати, можливість зради є тими пересторогами, які необхідно враховувати задля досягнення ефективної співпраці і які зумовлюють рівень довіри [Ruzicka 2010, p.72; Welch Larson 1997, p.12]. З погляду Д.Велч Ларсон, на першому плані знаходиться збіг інтересів обох сторін, до того ж актор може легітимізувати свої дії посиланням на суспільні та ідеологічні цінності власної країни чи міжнародної спільноти [Welch Larson 1997, P.12,15]. Можливим є і встановлення індикаторів, які дозволяють виявити присутність довіри в структурі міжнародних відносин [Hoffman 2002, p.385].

Міжнародна довіра має нормативний вимір [Welch Larson 1997, p.19], адже зовнішня і внутрішня політика є тісно пов'язаними, а інституції, які розробляють правила, можуть впливати на відносини довіри, змінюючи сам контекст середовища [Hoffman 2006, p.8-9]. Так, демократичні суспільства дотримуються мирної політики, орієнтуються на пошук безпекових важелів і мають у своїх відносинах вищий рівень довіри, ніж у стосунках з недемократичними державами [Kydd 2005, p.20;

Hoffman 2006, p.21]. Крім того, довіра визначається ідеологічною структурою суспільства: праві партії схиляються до сильної законно-правової політики, традиційної моралі, сильних збройних сил для захисту від зовнішньої загрози, а ліві більш схильні до довіри і відзначаються ліберальними позиціями щодо закону і порядку, громадянських прав, індивідуальної думки, сильнішою антимілітаристською політикою [Rathbun 2011, p.255].

Таким чином, в міжнародних відносинах вибудовується стратегічне поняття довіри, яке засновується на тому, що актори довіряють іншим, коли мають інформацію, яка спонукає їх вірити, що інші мають власний інтерес у співпраці, як стимул до розбудови сталих довгострокових взаємовигідних стосунків [там само, с.246]. При цьому п'ять основних морально-психологічних цінностей – шкода/турбота, чесність/взаємність, авторитет/повага, належність до групи/лояльність, чистота/святість – також часто пов'язуються із зовнішньою політикою. Індивідуалістично спрямовані перші дві позиції визначають її кооперативний вектор, а об'єднавчо спрямовані три останні – мілітарний [Kertzer 2014].

У цій статті ми зосередимо увагу на лінгвопрагматичних особливостях вираження довіри на міжнародному рівні у комунікації президента Франції та його іноземних колег. З лінгвопрагматичної точки зору ми розглядаємо довіру як базис для встановлення комунікативного контракту на основі побудови взаємообумовлених та взаємоспрямованих образів співрозмовників, які створюються за допомогою комунікативної інтерпретативної моделі, сфокусованої на можливостях зняти чи обмежити модальності непевності, сумніву, ризику або поглибити рівень знання, інформації про іншого. У нашому випадку ці образи є складними, адже включають рольові і функціональні іпостасі мовців як очільників держав, які представляють націю, її культуру, цінності, правові норми, політику і водночас є конкретними особами з їх особистісними рисами. Таким чином, йдеться про сукупний колективно-індивідуальний образ держави, її народу.

Така комунікативна модель є центральною у встановленні відносин довіри, адже саме вона визначає в кінцевому підсумку прийняття комунікативним актором того чи іншого рішення стосовно його відносин із співрозмовником, подальших дій і застосування відповідних стратегій, як комунікативних, так і поведінкових, діяльнісних. Ця модель ґрунтується на пресупозиційних засадах вірогідності, можливості, очікуваності, передбачуваності або неочікуваного, непередбачуваного ризикованого та відповідній модально-оцінній структурі, яка накладається на образ мовця, позначаючи його «маркерами» впевненості, віри або непевності, сумніву тощо.

Слід зазначити, що модус непевності покладено в основу визначення поняття довіри різними її дослідниками. Так, М.Фодді і Т.Ямагіші визначають довіру як очікування бенефіціантом взаємності від інших у ситуації непевності чи ризику [Whom can we trust 2009, p.17]. Д.Гамбетта вважає, що довіра є особливим рівнем суб'єктивної вірогідності, з якого агент оцінює те, що інший агент або група вчинять певну дію ще до того, як він зможе перевірити цю дію та в контексті, який стосується його власної дії [Trust 1988, p.217]. З погляду Ф.Фукуями, довіра — «це очікування, яке виникає у членів спільноти, того, що інші його члени будуть поводити себе більш чи менш

передбачувано, чесно і з увагою до потреб оточуючих, згідно певних загальних норм. Деякі з цих норм відносяться до сфери «фундаментальних цінностей» (наприклад, до розуміння Бога чи справедливості), однак до їх числа входять і такі цілком світські речі, як професійні стандарти і корпоративні кодекси поведінки» [Фукуяма 2004, с.52]. А за Ф.Лебуте, довіра є «більш чи менш осмисленою вірою в те, що в ситуації ризику очікування відносно дій осіб чи систем, які зумовлюють моє власне рішення, не будуть зраджені» [Le Bouter 2014]. Непевність виявляється як страх, незнання, плутанина, невизначеність, а засобами її подолання в міжнародних відносинах можуть стати влада, інформованість, знання, норми й ідентичності [Rathbun 2007, p.536]. У лінгвопрагматичній перспективі йдеться передусім про зняття непевності шляхом «поміщення» адресата до простору спільного, спільноти «Своїх», тобто його ідентифікувальної валоризації.

Іншим важливим аспектом моделювання образу співрозмовника є те, що комунікант намагається зіставити свою інтерпретаційну модель з відповідною моделлю адресата, його очікуваннями, тобто певним чином сумістити обидва формати інтерпретації – свій і співрозмовника. Таким чином, нерідко йдеться про створення плюралістичного образу співрозмовника, з яким мовець має намір встановити відносини довіри і який складається з 1) образу, який комунікант вважає достовірним, реальним; 2) образу, який, з його погляду, адресат хоче створити, тобто бажаного для адресата; 3) образу, який адресант в кінцевому підсумку надсилає своєму адресату і в якому він валоризує ті його риси, які є сприятливими для досягнення поставлених адресантом цілей. Водночас сам адресант надсилає адресату свій власний образ, який має сприяти встановленню відносин довіри. У разі зацікавленості обох сторін у таких відносинах, відбувається взаємоспрямований процес обміну та інтерпретації, тобто накладання кожним із співрозмовників своєї інтерпретаційної моделі на надісланий йому образ та пошук спільних площин їх перетину. Так вибудовується поле спільного, до якого мовець залучає адресата – спільності інтересів намірів, позицій, цінностей, правил і т.п. Таким чином відбувається опосередковане спонукання адресата до співпраці, зменшення рівня непевності, сумніву, ризику.

Саме простір спільності та його семантика є головними у вираженні довіри і спонукання до співпраці та встановленні відповідних відносин між комунікантами. Позначення та вираження спільності варіюється в залежності від фокусу валоризації, закладеного в формуванні образів співрозмовників і зумовленого загальнім контекстом і конкретною ситуацією спілкування. Ідеться передусім про спільні цінності, належність до однієї спільноти, спільні інтереси, спільні принципи і норми. Так, порівнюючи довіру й угоду, контракт, а також егоїстичні інтереси, Ф.Фукуяма зазначає, що найдієвішою організацією є колектив, об'єднаний спільними етичними цінностями, члени якого не потребують детальної контрактно-правової регламентації своїх відносин, адже існуючий між ними моральний консенсус є базисом їх взаємної довіри [Фукуяма 2004, с.53].

Водночас, у міжкультурній та міжнародній комунікації спільність формується на основі врахування відмінності іншої культури, розбудови такої площини, яка може поєднати культурне і політичне розмаїття. Тут слід звернутися до потрактування

проблеми «Я» та «Інший» у філософії постмодерну та суспільних науках. Кореляція «Я» та «Інший» включає подальшу диференціацію семантики «Я» та «Іншого» у загальнокультурному та міжкультурному вимірах. Так, в залежності від історично-культурних домінант, «Я» може може тяжіти до одиничності або множинності у параметрах «Ми». Ця диференціація залежить від типу культури, який сучасні дослідники визначають за різними параметрами. Так, за Г.Хофстеде, йдеться про розрізнення культур за ознаками індивідуалізму/ колективізму, у яких, відповідно, значення «Я» буде визначатися за вказаною вище опозицією. При цьому поняття «Іншого» може, у свою чергу, тяжіти до «Я» або «Ми» і ставати «Своїм», або протиставлятися як «Чужий». Таким чином, можна говорити про культури відкритого чи закритого типу, у яких потрактування відносин довіри різниться і пошук спільності вимагає вирішення низки проблем. Ф.Фукуяма на прикладі різних країн та окремих спільнот показує специфіку різних типів культури в їх історичному розвитку: колективістських, індивідуалістських, фамілістичних, з високим чи низьким рівнем довіри до членів своєї групи чи «чужих», різним рівнем спонтанної солідарності [Фукуяма 2004].

У сучасну добу з огляду на потужні глобалізаційні процеси пошук спільності інтересів, цінностей і т.п. виходить на передній план і зумовлює різноспрямовані тенденції до:

- нейтралізації, зняття диференційних ознак на користь спільним;
- валоризації диференційних ознак.

У першому випадку йдеться про встановлення норм і правил наднаціонального, надкультурного плану, які або розбудовуються на основі визначення універсальних об'єднавчих характеристик різних культур, або розробці спеціальних нормативних форматів з об'єднавчими домінантами. До останніх можна віднести дипломатичний протокол, форми комунікації у міжнародних і транснаціональних організіціях. Однак самобутність певних культур, особливості конкретного історично зумовленого контексту, інші чинники можуть спонукати комунікантів надати перевагу валоризації диференційних ознак, однак і в цьому випадку визначальним залишається пошук спільних інтересів.

Представлена вище модель конструювання образів комунікантів фокусується на тлумаченні тих сигналів, знаків, як вербальних, так і інших, які комунікант отримує від свого співрозмовника і які свідчать про його надійність / ненадійність, відповідність/невідповідність очікуванням і які він інтерпретує згідно тих обмежень, які загальний контекст, ситуація спілкування накладають на таку інтерпретацію. Така модель включає також попередні знання мовця про свого співрозмовника або про політичну спільноту, етнокультуру, соціальну групу, до яких належить останній, і які він накладає на отримані від співрозмовника сигнали.

До таких сигналів, якими обмінюються співрозмовники і які можуть свідчити про встановлення, підримання, розвиток відносин довіри, слід передусім віднести посилання на спільність, об'єднавчі цінності у широкому розумінні, які зумовлюють як семантичну організацію, так і прагматичну настанову відповідних дискурсів. Саме семантика спільності є важливим осередком окреслення об'єднавчого простору «Ми». Такі посилання стосуються передусім:

- історії відносин, попереднього досвіду взаємин;
- спільних інтересів, цілей;
- відповідальності, зобов'язань, репутації сторін;
- вираження надії, намірів, сподівань, обіцянок, віри у майбутнє;
- корелятів поняття довіри або, рідше, указання на саме це поняття.

Іншою стороною цього процесу є пряме чи опопсередковане висловлення недовіри, посилання на «прохолодні» періоди в історії взаємин, звинувачення у невиконанні зобов'язань і т.п. При цьому загальний контекст, конкретна мета повідомлення, а також врахування культурних домінант та формату міжкультурних взаємин відіграють головну роль у формуванні семантичної структури і прагматичних настанов довіри і, відповідно вираженості чи невираженості пов'язаних із нею аспектів та конкретних форм їх вербалізації.

Посилання на історію взаємин, позитивний (чи негативний) досвід співпраці є одним із таких установчих прагматичних топосів у промовах очільників держав, адресованих їх іноземним колегам. Так, у заяві президента Франції Ф.Олланда, виголошеній в аеропорту Танжера, наголошується на спільній історії Франції і Марокко, спільності економічних, культурних і мовних аспектів їх життя, що може зумовити плідне майбутнє для подальшої співпраці: «Je suis aujourd'hui au Maroc, à Tanger, dans le cadre d'une visite d'amitié et de travail qui était préparée depuis plusieurs mois car je voulais qu'avec le Maroc, nous puissions entrer dans une nouvelle phase de partenariat. Nous avons beaucoup de sujets économiques, culturels, linguistiques qui font que, entre la France et le Maroc, c'est non seulement une longue histoire mais cela peut être un avenir extrêmement fécond. … et vous savez que beaucoup de Français sont au Maroc, soit pour y travailler, soit pour y venir en vacances. Vous savez aussi qu'il y a beaucoup de Marocains qui sont en France ; il y a donc des liens humains. Et je suis convaincu qu'à travers cette visite qui vient après celle que j'avais effectuée il y a deux ans, ces liens ne pourront que se renforcer» [Déclaration du président de la République à l'aéroport Ibn Battouta à Tanger]. Мовець наголошує на спільному людському вимірі взаємин, що також сприяє пом'якшенню можливих негативних асоціацій (колоніальне минуле Марокко) та нейтралізації диференційних релігійних, культурних ознак.

Спільність історії, а також цілей і щирість у взаєминах підкреслюються у промові з нагоди відкриття нового Суецького каналу. Водночас, у ній також присутні негативні чи критичні конотації відносно попередньої історії взаємин і сучасної політики єгипетської влади: «Il y avait d'autres raisons à ma présence ici, aujourd'hui. La première est le lien historique que la France a avec l'Egypte. Et le Canal de Suez en est le symbole puisqu'en 1869, c'était Ferdinand de LESSEPS qui avait eu la responsabilité de creuser le canal. Ensuite, ce lien n'a cessé de se renforcer, même s'il y a eu des périodes plus tumultueuses. Aujourd'hui, les relations entre la France et l'Egypte sont fondées sur des intérêts communs : la lutte contre le terrorisme et la sécurité. Cela n'empêche pas qu'il y ait une franchise dans les rapports. Nous l'avons toujours dit, à travers les processus électoraux que nous souhaitons voir se produire dans un court délai» [Allocution à l'occasion de l'inauguration du nouveau canal de Suez].

Дружба, партнерство стають ключовими поняттями у спілкуванні Ф.Олланда з президентом Нігерії: «Merci M. le Président, d'être venu ici à Paris. Vous savez que vous avez avec la France un partenaire et un ami» [Déclaration conjointe avec le président M.Muhammadu Buhari] і президентом Мексиканських Сполучених Штатів: «Monsieur le Président, Madame,

Lors de ma visite d'Etat à Mexico, nous avions forgé une formule. Après « la mano en la mano », nous avions inventé « el corazon con el corazon ». Cette formule vaut toujours aujourd'hui. Vive le Mexique ! Vive la France ! Vive l'amitié entre la France et le Mexique !» [Toast du président de la République]. Включення до останньої образних виразів іспанською мовою посилює емоційний ефект повідомлення.

Посилання на дружбу, партнерство у спілкування з представниками східних, африканських та ін. культур, досить відмінних від французької чи, ширше, європейської, зазвичай супроводжується їх експліцитною валоризацією – відзначення їх значущості у світових процесах, міжнародному житті, як от у промові, зверненій до президента Нігерії: «Je considère le Nigéria comme un pays ami – je m'y étais rendu d'ailleurs en 2014 – mais aussi comme un partenaire stratégique pour la France. Le Nigéria est, en effet, un pays qui compte sur la scène internationale. C'est le pays le plus peuplé du continent africain avec 180 millions d'habitants ; c'est la première économie africaine ; c'est la 20e puissance économique du monde. Et même si le cours du baril de pétrole n'est pas aussi haut qu'il y a quelques mois, l'économie nigériane reste vigoureuse et la France veut pleinement s'y investir. (…) L'appui du Nigeria nous est particulièrement précieux. Les engagements que le Nigeria s'apprête à prendre sont tout à fait courageux et le Président BUHARI sera à New York, à l'Assemblée générale des Nations Unies et nous aurons une réunion au plus haut niveau avec le Secrétaire général des Nations Unies permettant de préparer la réussite de la COP21, la Conférence sur le climat» [Déclaration conjointe avec le président M.Muhammadu Buhari].

Спільність принципів підкреслюється і у спільній з президентом Мексики заяві для преси: «Je veux terminer par les sujets politiques parce que nos deux pays ont des principes communs. D'abord, la défense de la paix et de la sécurité partout dans le monde ; la promotion également des valeurs, notamment l'abolition de la peine de mort ; la volonté aussi de contribuer à la diversité culturelle et à l'émancipation des peuples. Il est donc très important qu'au-delà de nos domaines de coopération bilatérale, nous puissions agir ensemble, comme nous allons le faire pour la préparation de la Conférence sur le climat» [Déclaration conjointe à la presse du président de la République et du président des Etats-Unis du Mexique].

Звертаючись до учасників конференції, присвяченій жертвам етнічного та релігійного насильства на Близькому Сході, президент Франції наголошує також на ролі самої Франції, її відповідальності, принципах, цінностях та сталій політиці у їх дотриманні: «La France, par son histoire, par les valeurs qu'elle porte, par la responsabilité qu'elle détient, par son statut de membre permanent du Conseil de sécurité, la France, je m'y engage, sera à vos côtés car le Moyen-Orient c'est la diversité, c'est la pluralité, c'est la culture, c'est la civilisation. C'est donc une conception de l'Humanité qui se joue, et lorsque l'essentiel est en cause, il n'y a plus de frontières, il n'y a que la responsabilité

commune. Merci» [Discours lors de la conférence sur les victimes de violences ethniques et religieuses au Moyen-Orient].

Спільність інтересів і загальнолюдських цінностей підкреслюється протиставленням «Іншому» – третій особі – як «Ворогу», якому дається різко негативна оцінка: «Nous avons forcément évoqué la situation que connaît, hélas le nord du Nigeria et plus largement la région du lac Tchad, avec des assassinats, des attentats, des femmes qui sont enlevées, violées, des enfants qui sont utilisés comme des armes. La France est entièrement solidaire du Nigeria dans la lutte contre Boko Haram et nous apportons un soutien à l'ensemble des pays de la région qui sont concernés par cette secte odieuse. A l'égard du Nigéria, nous avons la même volonté d'appui, de soutien et de solidarité» [Déclaration conjointe avec le président M.Muhammadu Buhari].

Питання довіри як відповідальності, репутації набуває експліцитного вираження здебільшого у кризові моменти, коли певні засади міжнародної співпраці, наддержавних авторитетів та їх правових форматів ставляться під сумнів. Так, у своєму виступі на Генеральній Асамблеї ООН Ф.Олланд наголошує на питанні відповідальності за взяті зобов'язання, ставлячи Францію у приклад для інших: «Face à ces défis, chacun à son niveau doit prendre ses responsabilités. La France, dans beaucoup de domaines, ne refuse jamais son concours» [Intervention devant l'Assemblée générale de l'Organisation des Nations unies]. Як бачимо, модальність належного дещо пом'якшується завдяки невизначеному узагальненню суб'єкта відповідальності, а подвійне заперечення (*ne refuse jamais*), та обставинне обмеження (*dans beaucoup de domaines*) дещо понижує рівень самовихваляння.

Семантику довірі імпліковано в цьому виступі також у термінах легітимності та спільної відповідальності за неефективність діяльності ООН. Топос сподівань фундаторів цієї міжнародної організації та надії на її гідне майбутнє активують позитивні конотації, пов'язані з поняттям довіри: «Mesdames et Messieurs, je voulais terminer mon propos pour vous dire que la légitimité d'une organisation comme les Nations unies repose sur la crédibilité. S'il n'y a pas de capacité pour l'ONU de régler des conflits qui durent depuis trop longtemps, s'il n'y a pas de capacité pour l'ONU de régler des drames ou d'apaiser la situation de populations civiles, alors, c'est notre impuissance qui nous condamnera. Ce qui m'amène à penser que si nous voulons que notre Organisation, qui fête donc son 70ème anniversaire, puisse avoir un avenir digne de celui que les fondateurs avaient imaginé, nous n'échapperons pas à une réforme des Nations unies» [там само].

У спільних заявах можемо простежити інтерпретацію та реакцію іншої сторони на повідомлення президента Франції. Так, президент Мексики підхоплює тезу про партнерство та спільні цілі, валоризуючи при цьому стратегічну провідну роль Франції: «Le Mexique voit dans la France un allié stratégique. Le Mexique veut cheminer aux côtés de la France, veut contribuer à atteindre des objectifs communs» [Déclaration conjointe à la presse du président de la République et du président des Etats-Unis du Mexique]. А президент Нігерії висловлює подяку за намір підтримати його країну у тяжкі часи: «Tout ceci est très préoccupant mais je suis très heureux, Monsieur le Président, de voir que vous êtes très au courant de ces problèmes que nous rencontrons et que vous soyez si disposé à nous aider. Merci encore, Monsieur le Président» [Déclaration conjointe avec le président M.Muhammadu Buhari].

Таким чином, дипломатичне спілкування на міжнародному рівні тяжіє до певної комунікативної стандартизації, універсалізації спільних цінностей та зняття культурних опозицій, що відбувається переважно завдяки розбудові топосів семантки спільності. Засадничі відносини довіри рідко вербалізуються як такі, проте їх необхідними прагмакомунікативними маркерами виступають посилання на такі параметри об'єднання як спільність історії досвіду, цінностей, цілей, намірів. Особливого значення набувають репутаційні характеристики. Часова вісь «минуле – майбутнє» набуває ціннісного смислу і модусу бажаного, сподіваного, надії. Рідше використовується прямий промісивний акт зобов'язання, обіцянки. Врахування культурних домінант партнера, передусім такого, який належить до відмінного культурного простору, у двосторонній комунікації відбувається за допомогою актів валоризації його позитивного лиця, зокрема уведенню елементів афективності, образності висловлення, певних включень мовою адресата, вищому ступеню вираженості позитивної оцінки. Посилання на негативний досвід здебільшого опосередковуються, пом'якшуються. З іншого боку, у спілкуванні з адресатом, який належить до досить близької культури чи у форматі міжнародних організацій, основою яких є дотримання спільних принципів і цінностей, адресант спрямовує акт валоризації, позитивної репутаційної оцінки на самого себе, у той час як акти звинувачення іншого у недотриманні певних зобов'язань можуть приймати досить різкі форми. Формат спільності у такому разі більше імплікується, ніж виражається безпосередньо чи пояснюється.

Дослідження таких складних явищ, як довіра, багатовимірних, що важко піддаються точному визначенню, однак засадничих в організації суспільства та його діяльності на усіх рівнях та в різних форматах, потребують подальших поглиблених студій і є, з нашого погляду, актуальними і безпосередньо пов'язаними з різноманітними практиками спілкування.

ЛІТЕРАТУРА

1. 1.Зиммель Г. Избранные работы / Георг Зиммель. – К.: Ника-Центр, 2006, – 440 с.
2. Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию / Фрэнсис Фукуяма. – М.: ООО «Издательство АСТ», 2004. — 730 с.
3. Allocution à l'occasion de l'inauguration du nouveau canal de Suez. – Режим доступу : http://www.elysee.fr/ declarations/article/allocution-a-l-occasion-de-l-inauguration-du-nouveau-canal-de-suez
4. Déclaration conjointe à la presse du président de la République et du président des Etats-Unis du Mexique. – Режим доступу: http://www.elysee.fr/declarations/article/declaration-conjointe-a-la-presse-du-president-de-la-republique-et-du-president-des-etats-unis-du-mexique.
5. Déclaration conjointe avec le président M.Muhammadu Buhari. – Режим доступу : http://www.elysee.fr/declarations/article/declaration-conjointe-avec-le-president-m-muhammadu-buhari.
6. Déclaration du président de la République à l'aéroport Ibn Battouta à Tanger. – Режим доступу : http://www.elysee.fr/declarations/article/declaration-du-president-de-la-republique-a-l-aeroport-ibn-battouta-a-tanger-2/
7. Discours lors de la conférence sur les victimes de violences ethniques et religieuses au Moyen-Orient. – Режим доступу : http://www.elysee.fr/declarations/article/discours-lors-de-la-conference-sur-les-victimes-de-violences-ethniques-et-religieuses-au-moyen-orient/

8. Hoffman A.M. A Conceptualization of Trust in International Relations / Aaron M. Hoffman // European Journal of International Relations. – Vol. 8(3), 2002. – P. 375–401.
9. Hoffman A.M. Building Trust: Overcoming Suspicion In International Conflict / Aaron M. Hoffman. – Albany : State University of New York Press, 2006. – xiii, 222 p.
10. Intervention devant l'Assemblée générale de l'Organisation des Nations unies. – Режим доступу : http://www.elysee.fr/declarations/article/intervention-devant-l-assemblee-generale-de-l-organisation-des-nations-unies/
11. Kertzer J.D. Moral Support: How Moral Values Shape Foreign Policy Attitudes // Joshua D. Kertzer, Kathleen E. Powers, Brian C. Rathbun, Ravi Iyer // The Journal of Politics. – Vol.XXX, 2014. – P. 1–16.
12. Kydd A.H. Trust and Mistrust in International Relations / Andrew H. Kydd. – Princeton University Press, 2005. – 284 p.
13. Le Bouter F. Formes et fonctions de la confiance dans la société moderne / Flavien Le Bouter // Dossier 2014 – la confiance. – Режим доступу : http://www.implications-philosophiques.org/actualite/une/formes-et-fonctions-de-la-confiance-dans-la-societe-moderne/
14. Lewis J.D. Trust as a Social Reality / J. David Lewis, Andrew Weigert// Social Forces. – Vol. 63:4, June 1985.– P. 967-985.
15. Luhmann N. La confiance. Un mécanisme de réduction de la complexité sociale / Niklas Luhmann. – P.: Economica, 2006. – XII – 123 p.
16. Quéré L. Presentation / Louis Quéré // Réseaux. – № 108, 2001/4. – P. 9 – 126.
17. Rathbun B.C. Before Hegemony: Generalized Trust and the Creation and Design of International Security Organizations / Brian C. Rathbun // International Organization. – Vol. 65, 2011. – P 243–273.
18. Rathbun B.C. Uncertain about Uncertainty: Understanding the Multiple Meanings of a Crucial Concept in International Relations Theory /Brian C. Rathbun // International Studies Quarterly. – Vol.51, 2007. – P. 533–557.
19. Ruzicka J. The puzzle of trusting relationships in the Nuclear Non-Proliferation Treaty / Jan Ruzicka, Nicholas J. Wheeler //International Affairs. – Vol. 86:1, 2010. – P. 69–85.
20. Toast du président de la République. Dîner d'Etat offert en l'honneur du président desEtats-Unis du Mexique. – Режим доступу : http://www.elysee.fr/declarations/article/toast-du-president-de-la-republique-diner-d-etat-offert-en-l-honneur-du-president-des-etats-unis-du-mexique
21. Trust. Making and Breaking Cooperative Relations / Ed. by D.Gambetta. – Oxford : Basil Blackwell, 1988. – XII, 246 p.
22. Welch Larson D. Anatomy of Mistrust. U.S. – Soviet Relations during the Cold War / Deborah Welch Larson. – Cornell University Press, 1997. – 352 p.
23. Whom can we trust ? How Groups, Networks, and Institutions Make Trust Possible / Ed. By K.S.Cook, M.Levi, R.Hardin. – N.Y. : Russel Sage Foundation, 2009. – 360 p.

Стаття надійшла до редакції 8.09.2015 р.

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

ЛИНГВОПРАГМАТИКА ДОВЕРИЯ В МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Статья посвящена анализу понятия доверия в межкультурной коммуникации, в частности в международных отношениях, в лингвопрагматическом аспекте. Представлена коммуникативная модель установления отношений доверия через построение образов коммуникантов. На материале речей президента Франции и его иностранных коллег рассмотрены семантические и прагматические особенности выражения общности и снятия модуса неуверенности как предпосылки установления таких отношений.

Ключевые слова: *межкультурная коммуникация, международные отношения, доверие, образ коммуниканта, лингвопрагматика, семантика, общность, неуверенность.*

Burbelo V.B., Doctor of Philol.Sci., Professor,
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

LINGUO-PRAGMATICS OF TRUST IN CROSS-CULTURAL COMMUNICATION

The article deals with the concept of trust in cross-cultural communication, especially in terms of international relations in their linguo-pragmatic aspect. The article provides and analyzes a communicative model of establishing the trust relationship through the construction of images of communicants. Based on the speeches of the French President and his foreign counterparts, the article examines semantic and pragmatic peculiarities of community expressions and removal of modus of uncertainty as a precondition for the establishment of such relations.

Keywords*: intercultural communication, international relations, trust, image of communicant, semantics, linguo-pragmatics, community, uncertainty.*

УДК 378.147

Гордєєва А.Й., к. пед. н., доц.
Інститут філології КНУ імені Тарас Шевченка, м. Київ

РОЛЬ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ У ФОРМУВАННІ АНГЛОМОВНОЇ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ ПСИХОЛОГІВ

У статті проаналізовано роль самостійної роботи у формуванні англомовної комунікативної компетентності майбутніх психологів. Визначено поняття самостійної роботи, розглянуто етапи її проведення, представлено рекомендації щодо її організації у процесі опанування студентами-психологами фахової англійської мови.

Ключові слова: *самостійна робота, англомовна комунікативна компетентність, студенти-психологи, етапи самостійної роботи.*

Основними завданнями вищої школи сьогодні є гармонійний розвиток особистості майбутнього фахівця. Це робить проблему підготовки студентів з відповідним рівнем професійної компетентності надзвичайно актуальною. Ефективність навчальної діяльності залежить від готовності молодих людей до самонавчання, що є однією з найважливіших передумов не тільки успішного володіння фаховою іноземною мовою, але, у ширшому розумінні, формування навичок самостійної діяльності взагалі. Отже, усвідомлення суті та закономірностей самостійної пізнавальної діяльності як педагогами, так і студентами, оволодіння високим рівнем її організації є одним із шляхів удосконалення процесу навчання у вищій школі.

Оскільки перед нами стоїть завдання пояснити значення самостійної роботи для формування іншомовної комунікативної компетентності студентів-психологів, необхідно вказати на важливість оволодіння майбутніми фахівцями всіма компонентами самоосвітньої діяльності. Ми вважаємо, що основою такої діяльності є готовність людини до самоосвіти. Як вказує Н.В. Бухлова, ця готовність з'являється при наявності певного обсягу загальноосвітніх знань, внутрішніх мотивів, розвинутих навичок самостійного оволодіння знаннями і пізнавальними вміннями [1: 14-15]. Як бачимо, питання підготовки молодого фахівця, який здатний вибирати джерела пізнання і форми самоосвіти, планувати, організовувати та здійснювати самоконтроль за власною автономною навчальною діяльністю, є надзвичайно важливим і складним.

Отже, **метою** нашої статті є показати, як зробити процес підготовки фахівців з психології засобами англійської мови максимально ефективним за рахунок організації їхньої самостійної роботи. Нашим *завданням* є представити поняття самостійної роботи, окреслити її специфіку з огляду на навчання майбутніх психологів, а також описати і вказати на цілі етапів організації самостійної роботи студентів з метою формування у них навичок самостійної діяльності, з одного боку, та забезпечення належного рівня сформованості англомовної комунікативної компетентності, з іншого боку.

Визначенню поняття самостійної роботи приділяється багато уваги. Науковці Анікієнко Н.В., Бухлова Н.В., Зимня І.О., Гусак Т.М., Кожушко С.П., Коряковцева Н.Ф., Кустовський С.М., Малихін О.В., Ніколаєва С.Ю., Родинко Ф.Н., Тарнопольський О.Б., Ягельська Н.В. визначають її формою навчально-пізнавальної діяльності і вказують на її значну роль у навчанні, що, у свою чергу, є необхідною умовою оволодіння майбутніми фахівцями всіма компонентами самоосвітньої діяльності. Самостійну роботу окреслюють як «навчальну діяльність, яка організується самим студентом через його внутрішні пізнавальні мотиви та за запропонованою йому програмою, здійснюється у раціональний для нього час і контролюється ним самим у процесі і за результатами на основі зовнішнього опосередкованого системного керування нею з боку викладача» [2: 95]. Самостійну роботу відокремлюють від такого поняття, як самостійна пізнавальна діяльність. Це пояснюють тим, що остання є видом діяльності, яка керується самим студентом. Тоді як самостійна робота є формою реалізації самостійної пізнавальної діяльності, що відбувається без безпосередньої участі викладача [3: 14].

У рамках нашого дослідження вважаємо за доцільне представити власне розуміння поняття самостійної роботи, яке ґрунтується на її поетапній організації, причому мета кожного етапу визначає роль і ступінь утручання викладача в навчальний

процес. Наша методика організації самостійного навчання певним чином перегукується з точкою зору Коряковцевої Н.Ф. Науковець розглядає самостійну роботу з позиції формування вмінь визначення власних цілей навчання, у результаті чого рівень автономії навчально-пізнавальної діяльності студента змінюється [3: 89-90]. Спочатку має місце часткова автономія, тобто усвідомлення представленого викладачем навчального матеріалу. Завдяки усвідомленню можливості альтернативного вибору навчальних цілей та завдань студенти мають рівень обмеженої автономії. Наприкінці має місце повна автономія, тобто студенти мають повну незалежність у виборі цілей, змісту та засобів опанування іншомовним мовленням.

Отже, *самостійну роботу* ми визначаємо як навчальну-пізнавальну діяльність проблемного, творчого та практичного характеру з різним рівнем автономії, яку здійснює студент індивідуально або у співробітництві з іншими студентами, і яка відбувається в аудиторії або поза її стінами.

Окресливши поняття самостійної роботи та пояснивши її важливу роль, перейдемо до *етапів* її організації. Важливою умовою ефективності самостійної роботи студентів є постановка й усвідомлення мети роботи на кожному її етапі, контроль результатів досягнення поставлених цілей з поступовим формуванням умінь самостійної постановки і вибору мети. Зміст виділених нами етапів обумовлений вибором навчально-комунікативних ситуацій з частковою, обмеженою та повною автономією, які представлені в автентичних підручниках *Academic Encountesr* [4,5].

Перший етап навчання – це **етап** самостійної роботи з **частковою автономією**, на якому має місце накопичення мовного і мовленнєвого матеріалу та його засвоєння у процесі розв'язання проблемних завдань. Штучно створені ситуації професійного спілкування моделюють реалії фахового соціуму. Студенти отримують проблемне завдання і повинні його вирішити індивідуально, в парах або групах. Робота відбувається в аудиторії під наглядом викладача. Студенти працюють самостійно в рамках визначеного часу, проте і проблемне завдання, і шляхи його вирішення обумовлені запропонованою комунікативною ситуацією. На цьому етапі має місце іншомовна комунікативна діяльність з відтворення навчальної інформації, яка не виходить за межі рівня пам'яті. Репродуктивна діяльність під час виконання завдань ґрунтується на узагальнені і перенесенні прийомів і методів навчально-пізнавальної діяльності на розв'язання складніших, але типових завдань.

На **етапі** самостійної роботи **з обмеженою автономією** має місце усвідомлення студентами альтернативного вибору з-поміж запропонованих варіантів і проблемного завдання, і шляхів його вирішення. Студенти все ще обмежені умовами комунікативної ситуації і повинні здійснювати свою мовленнєву діяльність у певному напрямку. Проте на цьому етапі вже має місце свобода вибору засобів мови, можливість здійснювати продуктивну іншомовну діяльність і самостійно застосовувати набуті раніше знання для розв'язання самостійно обраних проблемних питань. Самостійне навчання відбувається в аудиторії, але слід звернути увагу на збільшення часу для роботи, а також роль викладача. З консультанта і помічника на першому етапі він перетворюється на інформатора і координатора на другому етапі.

Очевидно, що роль викладача-спостерігача або знавця – це його роль на **етапі** самостійного навчання **з повною автономією**, коли має місце цілковита незалежність студентів у виборі цілей, змісту та засобів самостійно роботи. Студенти демонструють здатність до аналітичного мислення, формують власний стиль навчально-пізнавальної роботи. Для цього наприкінці заняття студентам пропонують вирішити, якій фаховій проблемі вони б хотіли присвятити наступне заняття. Викладач відводить деякий час для спілкування студентів між собою з метою вибору можливого напрямку розвитку подій у рамках самостійно обраної комунікативної ситуації. Це може бути, наприклад, професійно орієнтована рольова гра, яка включатиме також елементи письмового спілкування між фахівцями. Усі завдання професійно орієнтованої гри мають проблемний характер, адже вони моделюють суперечності професійної діяльності у справжньому житті та програмують фахову спрямованість творчої активності студентів. Крім того, вони слугують одним із ефективних шляхів активізації навчальної діяльності студентів, що особливо актуально при організації самостійної роботи.

Необхідно підкреслити, що підготовка професійно орієнтованої гри потребує неабиякої уваги як зі сторони викладача, так і зі сторони студентів, особливо на етапі самостійної роботи з повною автономією. Студенти, по-перше, мають володіти відповідним рівнем комунікативної компетентності, а також базовими професійними знаннями. По-друге, студенти повинні мати досвід участі в рольових іграх. Вони мусять бути обізнані зі структурою гри, поняттям проблемної ситуації, та вміти виконувати ролі відповідно до ситуації. Тільки за таких умов, студенти зможуть самостійно визначитися з проблемним завданням, обрати ролі та знати як підготуватися до проведення гри.

З метою підготовки до професійно орієнтованої гри студенти-психологи можуть мати необхідність здійснити самостійний пошук фахової інформації, зробити переклад текстів за профілем майбутньої спеціальності, виконати спеціальні програми або тести з англійської мови на комп'ютері, прослухати автентичні аудіотексти або переглянути відповідний відеоматеріал, підготувати фаховий словник, опрацювавши довідкову літературу тощо. Варто підкреслити, що така підготовка до заняття в рамках позааудиторної самостійної роботи студентів передбачає наявність у них належного рівня сформованості англомовної комунікативної компетентності, з одного боку, та високої мотивації до можливості включення в уявну професійну діяльність, з іншого боку. Продовження автономної діяльності студентів має місце в аудиторії під час проведення рольової гри. Це самостійна аудиторна робота, під час якої завданням викладача є зібрати матеріал для аналізу автономної діяльності студентів як у процесі підготовки до гри, так і під час самої гри.

Як бачимо, належна організація самостійної навчально-пізнавальної діяльності студентів-психологів у процесі вивчення англійської мови може забезпечити досягнення високого рівня їхньої іншомовної комунікативної компетентності. Здатність майбутніх психологів до самоосвітньої пізнавальної діяльності забезпечується за рахунок поетапної організації самостійної роботи при опануванні фаховою англійською мовою як в аудиторний, так і позааудиторний час.

У статті розглянуто питання організації самостійної роботи студентів-психологів з метою формування у них належного рівня іншомовної англомовної комунікативної компетентності, яка включає поряд з мовною і мовленнєвою також і стратегічну. Охарактеризовано етапи автономного навчання та надано рекомендації щодо їх проведення.

У наших подальших публікаціях ми плануємо розглянути способи мотивації самостійної навчально-пізнавальної діяльності майбутніх психологів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бухлова Н.В. Оргнанізація самостійної діяльності учнів. – Харків: Видавнича група «Основа», 2003. – 64 с.
2. Зимняя И.А. Психология обучения неродному языку. – М.: Русский язык. – 1989. – 220 с.
3. Коряковцева Н.Ф. Современная методика организации самостоятельной работы изучающих иностранные языки: пособие для учителей. – М.: АРТКИ, 2002. – 176 с.
4. Bernard Seal. Academic Encounters. Human Behaviour. Reading. Study Skills. Writing. – Cambridge University Press, 2009. – 220 p.
5. Marian Espeseth. Susan Hood. Academic Encounters. Human Behaviour. Listening. Note taking. Discussion. – Cambridge University Press, 2009. –146 p.

Стаття надійшла до редакції 27.08.15 р.

Гордеева А.И., к. пед.н., доц.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

РОЛЬ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ В ФОРМИРОВАНИЯ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ БУДУЩИХ ПСИХОЛОГОВ

В статье проанализирована роль самостоятельной работы для формирования англоязычной коммуникативной компетентности будущих психологов. Определено понятие самостоятельной работы, рассмотрены этапы ее проведения, представлены рекомендации к ее организации в процессе овладения студентами-психологами английским языком.

Ключевые слова: *самостоятельная работа, англоязычная коммуникативная компетентность, студенты-психологи, этапы самостоятельной работы*

Gordyeyeva A., Cand.Pedagog.Sci., Associate Professor
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

THE ROLE OF SELF-STUDY WORK IN THE FORMING OF ENGLISH COMMUNICATIVE COMPETENCE OF THE COMING PSYCHOLOGISTS

This article underlines the role of self-study work in the formation of modern highly skilled specialist in the field of psychology. The notion and the stages of self-study work have been described as well as the recommendations as to its organization in the process of future psychologists' English communicative competence formation have been given.

Keywords: *self-study work, English communicative competence, students-psychologists, stages of self-study work.*

УДК 81’373

Гулей Т. В., к. філол. н.,асист.,
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

НАЗВИ МІСЬКИХ РЕАЛІЙ В МОДЕЛЯХ СЕМІОЗИСУ

У статті розглянуто семіотичні моделі англомовних одиниць на позначення міських реалій. Проілюстровано реалізацію амбівалентності знаків у концепції репрезентування знака. Досліджено розвиток та модернізацію понятійного змісту знака шляхом утворення його комплементарних денотатів. Встановлено взаємозалежність символьної репрезентації міської реалії та референційної функції знака.

Ключові слова: *денотат, десигнат, знак, концепт, референт, семіозис, семіотичний трикутник, урбанонімікон.*

Семіозис англійського урбанонімікону визначається процесом створення мовного знака згідно із закономірностями знакової системи англійської мови, тобто є пов’язуванням досліджуваної структури знань у вигляді значення з формою.

Питання лінгвосеміотики, що зародилося за античних часів, продовжувало поповнюватися новими відкриттями та спостереженнями американської, московської, тартуської, французької, польської та німецької шкіл семіотики (Ч. Пірс, М. М. Бахтін, Г. Башляр, Г. О. Винокур, В. В. Іванов, В. Я. Пропп, А. А. Реформатський, В. Н. Топоров, В. А.Успенський, Р. О. Якобсон; Б. М. Гаспаров, Ю. М. Лотман, М. Фуко; Р. Барт, Є. Бенвеніст, А. Греймас, К. Леві-Стросс, Ц. Тодоров; К. Аймермахер, В. Айсман, П. Гжибек, В. Кох, У. Фігге, М. Флеймер) [3, с. 89; 7, p. 346; 8; 9, p. 19; 10; 13].

Ф. де Соссюр розробив бінарну модель репрезентування знака, під яким розумів слово й морфему. Його підхід базувався на двобічному представленні мовного знака: з точки зору «концепту», тобто поняття, яке виникає в уяві під час сприйняття звукового (акустичного) оформлення знака. Наприклад, характеристики urbanization і city-planning взаємно обумовлюють функціонування один одного (Схема 1).

Серед англомовних одиниць на позначення міських реалій є й такі, що не підпорядковуються запропонованій концепції репрезентування знака, оскільки

Схема 1. Бінарна модель URBANIZATION/CITY-PLANNING.

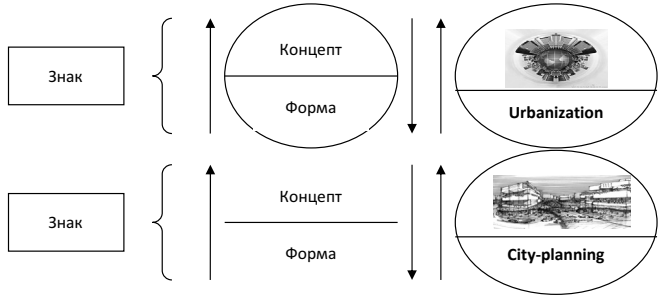


Схема 2. Знакова модель CROSSING.

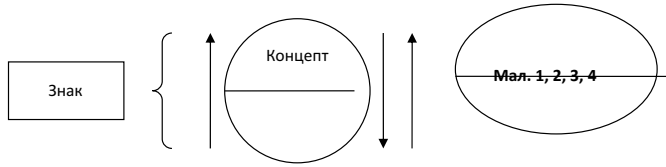


Рис. 1

Рис. 2

Рис. 3

Рис. 4

амбівалентність знаків може викликати хибне сприйняття дійсності реципієнтом. Так, знакова реалізація номінативної одиниці *crossing* сприятиме виникненню певного асоціативного ряду: зона для пішохідного переходу *(a place at which one may safely cross something, especially a street (Puc.1)*, переправа через річку *(a journey across water in a ship (Puc.2)*, перетин колій *(a place where roads or railway lines cross(Puc.3)* та позначення території, де можуть з'явитися мешканці лісів, галявин, водойм *(Puc.4)* (Схема 2) [5].

Самобутність знака та лінійний характер сигніфіката, як базові принципи реалізації моделі мовного знака, відіграють важливу роль під час сприймання англійської лексики на позначення міських реалій [2, с. 56-72].

Проблема моделювання знака завжди перебуває в центрі уваги науковців (К. Огден, А. Річардс, Г. Фреге, Дж. Лайонз, С. Ульманн, В. Звегінцев, І. Распопов, М. Алефіренко, Л. Новиков, Ф. Василюк) [8, 10, 12]. Підгрунтям багатьох моделей став семіотичний (концептуальний, епістеміологічний) трикутник, який розробили позитивісти К. Огден та А. Ричардс ("The Meaning of Meaning", 1923) [7, 8, 10]. Кутами трикутника представників логічної семантики є ім'я як знак, десигнат (понятійний зміст) та денотат (референт) – предмет дійсності. Основа трикутника, яка сполучає ім'я з референтом, позначена пунктирною лінією, адже безпосереднього зв'язку між символом та його екстралінгвістичним денотатом немає – він обумовлений пізнавальною здатністю людини. Представлена модель ґрунтувалася на потрійній диференціації знака: модус існування (об'єктивний), модус розуміння (гносеологічний) та модус позначення (мовний) [4, р.123-124]. Така модель знаходить своє втілення і в системі англійських одиниць на позначення міських реалій, чим часто пояснює об'єктивні, змістові причини формування номінацій.

Беззаперечною є властивість одного знака реалізовуватись у більш ніж одному референтові, адже денотат символу *downtown* прямо пропорційно залежить від багатьох факторів: контексту, в якому було вжито це ім'я, місця проживання реципієнта,

Схема 3. Семіотичний трикутник DOWNTOWN.

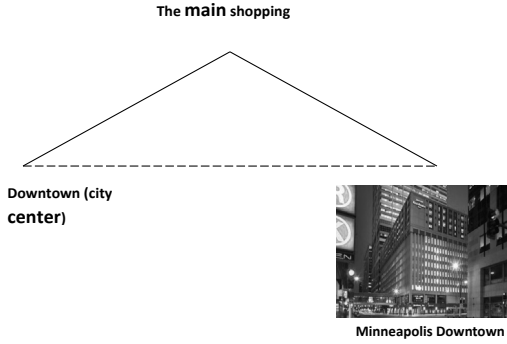
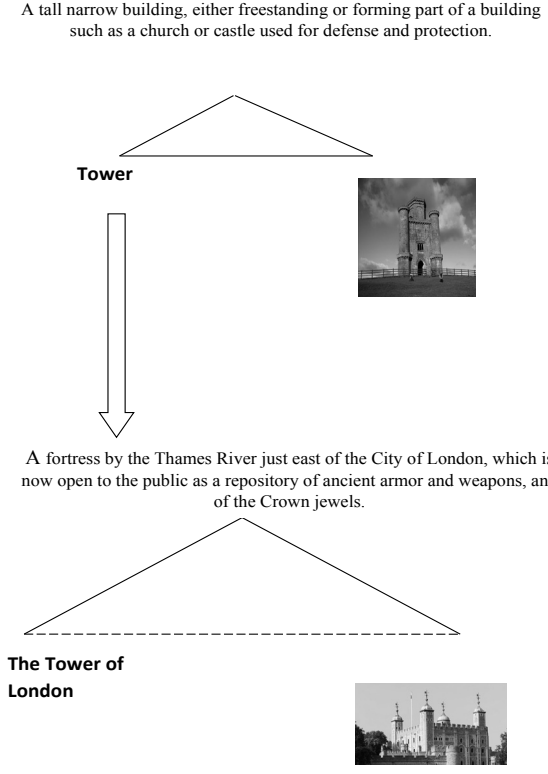


Схема 4. Розвиток семіотичного трикутника TOWER.



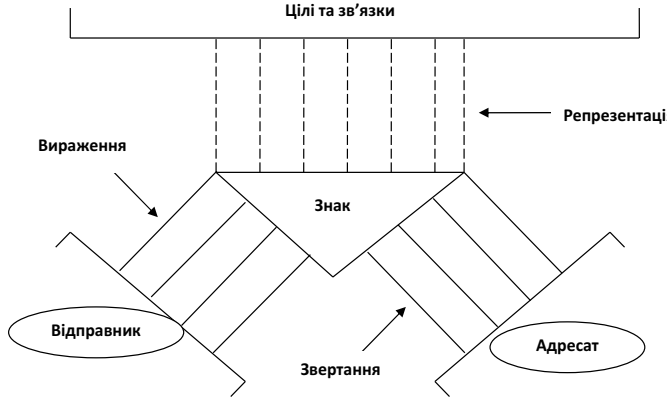
різних уявлень суб'єктивного характеру та асоціацій, що виникають під час сприймання та обумовлені наявністю у адресата певного досвіду (в даній ситуації мається на увазі обізнаність адресата щодо центральних частин міст).

Під час урбанізаційних процесів простежується розвиток, а точніше певна модернізація понятійного змісту знака, що відображається у створенні його комплементарних денотатів. Часто така зміна супроводжується видозміненою символьною презентацією. Так, зміна десигнату tower спричинює виникнення низки референтів, як, наприклад, Tower of London (Схема 4).

Очевидно, що референт є відносним концептом, адже не має однозначних форм, тому автори цієї моделі ідентифікували його з думкою ("a mentalistic model"), вбачаючи у цьому релятивність. Проте така неоднозначність моделі семіотичного трикутника є свідченням її недовершеності. Оскільки замкненість сторін трикутника можлива лише за умови цілковитої відсутності розбіжностей в уявленні різних індивідів про об'єкт урбанізованого світу [4, p. 127]. Крім того, не всі назви міських реалій можуть бути ідентифіковані у сприйнятті, адже поняття формуються в діяльності, яка передусім пов'язана із ситуаціями, а не з об'єктами. Загальновідомим є факт того, що під час передачі інформації виникає невідповідність змісту, що передається адресантом, змістові, який отримується реципієнтом комунікативної ситуації. Це призвело до утворення нових семіотичних моделей та урізноманітнення уже існуючих варіацій. Так, обидві лінгвосеміотичні моделі, Соссюра ("Saussurean egg") та авторів концептуальних трикутників не є прагматичними, адже вони не враховують фактор адресата досліджуваного знаку.

На відміну від них, австрійський дослідник Карл Бюлер, наслідуючи Платонівські ідеї, висунув перспективну й оригінальну концепцію знака ("Organonmodell der Sprache"). Згідно неї знак є одночасно символом (з точки зору представлення предметів та ситуацій), симптомом (для відправника повідомлення, який виражає власний внутрішній зміст) та сигналом (для одержувача інформації) (Схема 5) [6, p.35-37].

Схема 5. Семіотична модель Бюлера.



Лінії, що сполучають знак з трьома компонентами моделі (відправником, цілями та адресатом), символізують три найважливіші функції мовного символу: вираження (емотивна функція), репрезентація (референційна функція) та звертання (вокативна функція) [1].

Проектуючи концепцію знаків моделі Бюлера на міські реалії, важливо підкреслити нестабільність позицій відправника та адресата, адже про нові номінативні одиниці, що виникли в результаті урбанізаційних процесів, об'єкт може дізнатися не лише від власника (якщо заклад приватного характеру), держави (якщо заклад державної форми власності), винахідника (якщо маємо справу з річчю, винаходом, відкриттям). В умовах сучасного технологічного прогресу джерелами інформації про міські реалії є різноманітні інтернет-ресурси. Способи вираження та оформлення символу можуть бути різними, як і методи апелювання до адресата, що впливає лише на швидкість та якість усвідомлення, розуміння, запам'ятовування реципієнтом сприйнятої назви міської реалії. Тому важливо з'ясувати найпоширеніші об'єктивні умови створення англомовних одиниць на позначення продуктів урбанізації:

– однозначність – надати реципієнтові чітке уявлення про розташування та призначення міської реалії (*moving staircase, driveway, pedestrian crossing, the National Gallery, the Daily Telegraph, Central Health Center, Government House, Auckland Council, Wellington Barracks*);

– описовість – сприяти швидкому запам'ятовуванню та виникненню асоціацій у адресата, враховуючи зовнішні характеристики об'єкта (*turnstile, light box, The White House, Green Building, Lunar House, Castle Gatehouse*);

– асоціативність – викликати у реципієнта свідомі та несвідомі асоціації про призначення об'єкта (*Allders* – назва магазину, де продаються речі для дорослих, *Best Buy* – назва супермаркету, *FirstCare* – назва салону краси, *First Air* – назва агенції з продажу авіаквитків) [5].

Очевидно, що символьна репрезентація міських реалій прямо пропорційно залежить від референційної функції знака, а цілі та інтенції адресата визначають форму досліджуваної номінації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бюлер, К. Модель органона: [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: http://www.zkspb.ru/funkcii_teksta/model_organona_k_byulera.html.
2. Семчинський, С.В. Загальне мовознавство / С. В. Семчинський. — К., 1996. – С 56-72.
3. Atkin, A. Peirce's Theory of Signs [Text] / A. Atkin // Transactions of The Charles S. Peirce Society. – 2008. – 41 (1). – P. 161–188.
4. Clarke, D.S. Principles of Semiotic / D.S. Clarke. – London: Routledge & Kegan Paul, 1987. – 160 p.
5. Dictionary of Contemporary English / [ed. by M. Mayor]. – 5th Revised edition. – Harlow, Essex : Longman, Pearson Education Limited. – 2009. – 2082 p. (Longman Corpus Network).
6. Lipka, L. An outline of English Lexicology / L. Lipka. – Gunter Narr Verlag. – 2002. – 244 p.
7. Menchik, D. Putting Social Context into Text: The Semiotics of Email Interaction [Text] / D. Menchik, X. Tian // The American Journal of Sociology. – 2008. – P. 332–370.

8. Richards, A.I. Proper Meaning Superstition [Electronic resource]. – Режим доступу: http://www.colorado.edu/communication/meta-discourses/Papers/App_Papers/Cahill.htm.
9. Richards, A.I. The Meaning of Meaning / I.A. Richards, C.K. Ogden. – Harvest : HBJ. – 1989. – 396 p.
10. Richards' Meaning of Meaning Theory by Jessica Erickstad [Electronic resource] Режим доступу: http://www.colorado.edu/communication/meta-discourses/Papers/App_Papers/Erickstad.htm.
11. Triangle of Meaning, Denotation & Connotation [Electronic resource] Режим доступу: http://www.slideshare.net/EnzoMorelos/triangle-of-meaning-denotation-connotation.
12. Triangle of reference [Electronic resource] Режим доступу: http://en.wikipedia.org/wiki/Triangle_of_reference.
13. Waldstein, M. The Soviet Empire of Signs: A History of the Tartu School of Semiotics / M. Waldstein. – VDM : Dr. Muller. – 2008. – 236 p.

Стаття надійшла до редакції 8.09.2015 р.

Гулей Т.В., к. філол. н.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

НАЗВАНИЯ ГОРОДСКИХ РЕАЛИЙ В МОДЕЛЯХ СЕМИОЗИСА

В статье рассмотрены семиотические модели номинации объектов городской культуры, реализующиеся в английском языке. Представлена реализация амбивалентности знаков в концепции репрезентации знака. Исследовано развитие семантики знака путем создания дополнительных денотатов. Установлена взаимосвязь символьной репрезентации городской реалии и референтной функции знака.

Ключевые слова: *денотат, десигнат, знак, референт, семиозис, семиотический треугольник, урбанонимикон.*

Gulei T. V., Ph.D. (Philol.Sc.),
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

URBAN NAMES IN SEMIOTIC MODELS

The article is devoted to the study of semiotic models formed to define the city objects, which are realized in English. The ambiguity of a sign is seen through the concept of sign presentation. The process of complementary denotation is investigated due to its development and improvement. The analyses of the interrelation of the symbolic presentation of city objects and the referential function of the sign is performed in the article.

Keywords: *denotation, designatum, interpretant, referent, semiotics, symbol, triangle of meaning, urban names.*

УДК 811.111’42

Дегтяренко М.О., здобувач,
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

СТРАТЕГІЯ «ВИТІСНЕННЯ» КОНКУРЕНЦІЇ У ПОЛІКУЛЬТУРНОМУ КОМУНІКАТИВНОМУ ПРОСТОРІ (НА МАТЕРІАЛІ АНГЛОМОВНИХ ТЕКСТІВ ІНТЕРВ’Ю З БІЗНЕСМЕНАМИ)

У статті проаналізовано реалізацію стратегії «витіснення» конкуренції у полікультурному комунікативному просторі на матеріалі англомовних текстів інтерв’ю з бізнесменами та, на цьому ґрунті, зроблено спробу виокремити національну специфіку у комунікативній поведінці інтерактантів.

Ключові слова: *англомовна етнолінгвокультура, комунікативна стратегія, стратегія «витіснення» конкуренції, бізнесмен, інтерв’ю.*

Сучасна соціально-економічна ситуація, що пов’язана із глобалізацією бізнес-простору, зростання міжнаціональної конкуренції на світовому ринку, примушує приділяти більше уваги питанням лінгвокультурології, міжкультурній комунікації та комунікативній теорії загалом.

«У міжкультурній комунікації єдність протилежностей виявляється особливо гостро в одвічному конфлікті «свого» і «чужого», який глибоко пронизує національно-етнічну свідомість і ментальність народів» [Манакін 2012, 85].

Будь-який вид бізнес-діяльності виділяється на основі інтеграції різних галузей ведення підприємницької діяльності за спільними ознаками та способами їх реалізації [Приятельчук 2012]. Кожна галузь намагається вести боротьбу за першість на ринку найсприятливіше і, витіснивши конкурентів, вийти на передову. Бізнесмени, як представники різних видів бізнес-діяльності, походять з різних етнолінгвокультур [Бацевич 2009]. Кожна етнолінгвокультура має не тільки національну специфіку, а й свої комунікативні особливості, що відзначаються на веденні бізнесу та проблемі витіснення конкурентів зі сфери впливу власної галузі. Пропонуємо вам простежити особливості стратегії «витіснення» конкуренції на прикладах англомовних інтерв’ю з представниками 5-ти етнолінгвокультур: американської (США), британської, німецької, французької, італійської, китайської, японської та української.

Метою статті є виокремити і проаналізувати комунікативну специфіку представників різних етнолінгвокультур, простеживши комунікативну поведінку співрозмовників (на прикладі стратегії «витіснення» конкуренції), уживання ними вербальних та невербальних засобів, а також такого позалінгвістичного чинника, як менталітет.

Об’єктом дослідження є мовленнєві взаємодії представників бізнесу різних англомовних етнолінгвокультур, а **предметом** – мовне відображення і реалізація стратегії «витіснення» конкуренції учасниками англомовних бізнес-інтерв’ю.

Наукова новизна визначається спрямованістю розвідки на комплексне вивчення проблеми реалізації комунікативних стратегій представниками бізнесу, насамперед

стратегії «витіснення» конкуренції, які, на нашу думку, знаходять різне відображення у межах національностей, що розглядаємо. Крім того, уперше проведено порівняльний аналіз мовленнєвого вираження комунікативної стратегії «витіснення» конкуренції та здійснено спробу класифікації спільних рис ведення комунікації учасниками англомовних бізнес-інтерв'ю різних етнолінгвокультур.

При виконання дослідження ми виходили з того, що **стратегія «витіснення» конкуренції** – комунікативна стратегія, що пов'язана з прагненням усунути іншого(их) представника(ів) галузевого бізнесу з ринку товарів та послуг.

Також, використовуючи відому у лінгвістиці типологію культур і міжкультурні стилі спілкування, ми умовно поділили представників етнолінгвокультур, що беремо до уваги, на групи [Hall 1997].

З погляду мови як рідної–нерідної, представників бізнесу можна поділити на 1) етнолінгвокультури, для яких англійська мова – рідна мова (американська, британська), 2) етнолінгвокультури, для яких англійська мова – іноземна мова (німецька, французька, італійська, китайська, японська, індійська, українська).

Залежно від розташування етнолінгвокультур, що розглядаються, на карті світу і особливостей їхньої комунікативної поведінки, виділяємо: 1) західні етнолінгвокультури, для котрих англійська мова – рідна мова (американська, британська), західноєвропейські етнолінгвокультури, для яких англійська мова – іноземна мова (німецька, італійська, французька), східноєвропейські (українська) та східні (китайська, японська).

Отже, розглянемо реалізацію стратегії «витіснення» конкуренції представниками **ЗАХІДНИХ ЕТНОЛІНГВОКУЛЬТУР**, для котрих англійська мова – рідна.

Американська етнолінгвокультура характеризується відкритим та прямим комунікативним стилем спілкування [Манакін 2012]. Однак, стратегія «витіснення» конкуренції знаходить своє відображення у виборі представниками американської етнолінгвокультури досить «м'яких» тактиках, що свідчить про прагнення американців до дипломатії, поваги конкурентів та реалізації неконфліктної комунікації. Слід виділити такі тактики у межах даної стратегії:

1) тактика «відстороненості» (*people rather than products, service ratherthan goods*):

"Other lessons?"

"[…] I also learned from him the concept of playing to win and understanding the offense and defense of the business world. I also use a lot of football analogies. In retail, you can have a great long-term strategy, but you also have to have the ability to adjust in the huddle and redirect energy." [BUSINESS DAY June 6, 2015].

Тактика «відстороненості» відображає прагнення бізнесмена дистанціюватися від прямої конкуренції (*understanding the offense and defense of the business world*) і зосередити увагу радше на пристосуванні до потреб ринку та споживачів (*ability to adjust in the huddle and redirect energy*).

2) тактика «відсутності конкуренції через обєктивні причини» свідчить про очевидність успіху або обраність споживачем:

“But in some ways eBay is still in its original incarnation, and it’s now almost a traditional merchant. Do you ever feel you’re missing innovation opportunities?”

“Well, no. […] More than 14 million people have downloaded eBay’s iPhone application—it’s by far the largest m-commerce application in the world. Mobile is bringing the internet to you seven days a week, 24 hours a day, on your time, at your convenience, where you want to be. We’re finding out how people shop now: They’re standing in a line at Starbucks, let’s say, and they start browsing on eBay. They see something they want and they buy it right there. [The HBR Interview March 2011 Issue].

Американську бізнес-етнолінгвокультуру можна охарактеризувати як таку, що рідко використовує стратегії і тактики відкритого «витіснення» конкуренції. Причиною для цього може слугувати той факт, що половина світового бізнесу зосереджена у руках американських бізнесменів, а отже, американські бізнесмени є самодостатніми, такими, що досягли бажаного успіху на світовому ринку і схильні до поваги по відношенню до потенційних конкурентів.

Британська етнолінгвокультура у бізнесі відзначається дослідниками як стримана, з розвиненим почуттям справедливості. При веденні бізнесу англійці сповідують віру у «чесну гру», не терплять хитрості і підступності (*honesty*, *truth*, *faith*, *responsibility*, *justice* etc.) [Семенюк, Паращук 2010, 144–148].

Проте, стратегія «витіснення» конкуренції у британській бізнеслінгвокультурі має широку репрезентацію за допомогою реалізації таких тактик:

1) тактика «потенційної боротьби» (*We will never rest on our laurels*):

“Were axel springer and Publigroupe involved heavily in the decision to merge both parties?”

“MW: Yes, as engaged shareholders they naturally felt the timing was right to take this next step and whilst they don’t ‘meddle’, their support adds significant value as it’s a sign of both confidence and backing on the future strategy.” [performancein.com/news/2014/11/17].

Використовуючи відповідну тактику, бізнесмен «окреслює» територію власного впливу на ринку і «попереджає» конкурентів (*they*), що він легко не здасть провідні позиції (*backing on the future strategy*).

2) тактика «неповноцінності» конкурента:

“GetApp: What do you see as the key trend emerging in the industry?”

“[...] We see thousands of great SaaS apps emerging, answering single needs. […].” [business2community.com/expert-interviews/2013/09/29].

Обрання комунікантами тактики «неповноцінності» конкурента допомагає зосередити увагу на недоліках інших компаній (*answering single needs*) з метою нівелювання їхньої ролі на ринку у майбутньому.

3) тактика «нівелювання ролі «великої» компанії» може вживатися паралельно із тактикою «неповноцінності» конкурента і ставити акцент на відсутності комунікації великих компаній зі споживачами:

“***What led you to start the company?***”

“[…] I believe the secrets of sustainability and well-being in society lie with the farmers and workers in the developing world – with the people – not in the ivory towers of

big corporations and the establishment who are dangerously out of touch." [truecostmovie.com/safia-minney-interview/2015/10/16].

4) тактика «оголошеної війни» або «очевидної поразки конкурента» (*The fashion business model is broken and we urgently need to find alternatives, you pull one little brick out of the Jenga puzzle and the whole policy proposition all comes tumbling down*) виражається за допомогою таких лінгвістичних і паралінгвістичних маркерів:

"With increased global connectivity how do you think we can catalyze real change in the industry?"

"[…] We can also jam at fashion companies through social media […]. Undoubtedly this helped launch the Bangladesh Safety Accord, but we need to keep the pressure up! […] This is one battle we need to win for the sake of humanity!" [truecostmovie.com/safia-minney-interview/2015/10/16].

У наведеному прикладі слід зосередити увагу на використання такого лінгвістичного маркера, як дієслова *jam*, для передачі поняття «неочікуваної конфронтації» та паралінгвістичного маркера *!* для наголошення позиції.

5) тактика «негативного прикладу»:

"Q. How adaptable would your organisation be if a shock hit you in the centre of your activity? And at the board level, do you plan for such shocks?"

"SH: We have a very particular role in the UK because we sit at the heart of the electricity and gas market. […] Of course, a number of these scenarios get close to Armageddon, but none of them would cover something like Fukushima, for example, where you decide to shut down all of the nuclear plants […]." [pwc.com/resilience/2013].

Використання таких алюзій-порівнянь, як *Armageddon*, *Fukushima* відсилають слухача до негативного досвіду тих, хто зазнав поразки.

6) тактика «закінчення гри» ("exit strategy") [Entrepreneur 2015]:

"TG: If Hotxt proves popular, is this not something the mobile networks could do?"

"DR: Well, […] people don't buy a Vodafone phone, they buy a Nokia or a Motorola handset they really like. They don't buy the network, it's just a pipe. You've got to feel sorry for those guys in digital cameras, because how long did that industry last?" [theguardian 09.11.2006].

Тактика «закінчення гри» відображає заключну стадію реалізації стратегії «витіснення» конкуренції британськими бізнесменами. На відміну від американських колег, британська етнолінгвокультура менш стримана у реалізації даної стратегії. Вона використовує «відкриті» тактики, що допомагають поступово нівелювати роль конкурента, довівши, що він «ні на що не здатен». Така позиція, на нашу думку, зумовлена усвідомленням британцями провідної ролі інших національностей (наприклад, американців) на світовому ринку у тій чи іншій галузі і їх прагненням досягти успіху.

ЗАХІДНОЄВРОПЕЙСЬКІ ЕТНОЛІНГВОКУЛЬТУРИ, для яких англійська мова – іноземна мова.

Німецька етнолінгвокультура. Німці стримані у розмові (*Of course we're worried, but…*). Німці не схильні робити передчасних висновків-прогнозів (*Before we talk publicly, we have to talk among ourselves*, *I can only report from my own business experience*).

Щодо реалізації стратегії «витіснення» конкуренції, то, відповідаючи на запитання, німецькі бізнесмени позиціонують себе як більш «зрілу» націю у порівнянні з країнами, що розвиваються, проте зазначають це дуже толерантно, використовуючи**:**

1) тактику «досвідченого наставника»:

"**SPIEGEL ONLINE:** How can Germany help these countries?"

"**Keitel:** We can help, but our means are limited. First and foremost, these countries will have to largely shoulder their problems on their own. […] At the moment, (Germany's) economy is still doing well, […]. The other countries should not overburden Germany." [SPIEGELONLINE 11.09.2012].

2) попередня тактика часто вживається разом з тактикою «визнання слабкості іншого»:

"**SPIEGEL ONLINE:** You have a sense that the negative trends are reversing?"

"**Keitel:** Yes, as far as trade balances, especially growth in exports, and unit labor costs are concerned, things are slowly getting better across the board.

[…] I can't invest in a country today when I don't know what currency it will use tomorrow." [SPIEGELONLINE 09.11.2012].

3) використання тактик «якіснішої інакшості» разом із тактикою «елітарності» свідчить про високу думку про свої можливості, що має, однак, логічне обґрунтування:

"Many people call you the "king of printing" and some artists will trust no one else with their books. In what way are Steidl's books different than other books?"

"Most of the publishing houses in the world are owned by shareholder companies and their interest is to make profit. My publishing house is a private business. I founded it in 1968 and it is still owned by me. It is a family business. It is a Manufaktur and we don't set any limits on cost. A Steidl book is always made in Germany, in Göttingen, in Düstere Straße 4 and there is a guy, Gerhard Steidl, who is hands on. So, believe it or not, I oversee every sheet that tumbles out of our press. This craftsmanship and this know-how we bring to every one of our babies, our books, makes a huge difference compared to the production processes of other companies […] My definition of a high quality book is that it is an object of art. […] Most of the books that are produced in the world are industrial objects, my books are just the opposite. We never use the same kind of paper from one book to another; we don't repeat sizes. Everything is highly individual and not standardized." [The Talks May 7, 2014].

Ми можемо зазначити, що представники німецької етнолінгвокультури створюють бінарну опозицію (*Most of the publishing houses*][*My publishing house*), (*we*][*other companies*). За допомогою таких лінгвістичних маркерів німецька етнолінгвокультура досягає мети якісного порівняння і виявлення «слабшого» на ринку за різними критеріями.

На високу якість продукту вказують такі маркери (*I oversee every sheet that tumbles out of our press, craftsmanship, makes a huge difference compared to, high quality book, highly individual and not standardized*).

Така впевненість у власних силах зумовлена важкою працею та є свідченням серйозного, сумлінного, слухняного і відповідального підходу до справи (*we will do our homework, But if you, as CEO, have recognized an approach as being the right one, you have to pursue it consistently, even if some people disagree* etc.)

У ході комунікації німецькі бізнесмени обговорюють питання послідовно, один за одним, часто взагалі уникаючи вживання тактик відкритого протистояння з конкурентами:

"**SPIEGEL:** So your competitor, Mercedes-Benz, is being inconsistent by developing hybrid cars on the one hand, while striving to win the Formula 1 on the other?"

"**Reithofer:** This is something each company has to decide for itself. Other carmakers simply take a different approach." [SPIEGELONLINE 24.02.2010].

Таке уникання вживання стратегій і тактик «знищення» конкуренції можна пояснити власним баченням і підходом до справи, що представники німецької етнолінгвокультури доводять до досконалості. «*Quality speaks for itself*», – як кажуть німці.

Італійська етнолінгвокультура виявляє легкість у спілкуванні**.** Це знаходить своє підтвердження у використанні таких лінгвістичних маркерів, як: *good, great, well, even if, and this I like* etc. У свою чергу, італійська етнолінгвокультура проявляє індивідуалізм, наголошує на власній виключності (*As a creator, beauty is the most important*) та цінує власну думку понад усе (*Yes. That's the point*, *at least I think so*, *I wouldn't define it as …*, *When I don't like things … I don't say* etc.)

Нерідко індивідуалізм переходить у пиху, самовпевненість та зневагу до інших, що обумовлює використання італійцями таких тактик у межах стратегії «витіснення» конкуренції:

1) тактика «прихованої конкуренції»:

"Shortly before your retirement you said a designer nowadays has to be more like a manager than a creative artist. Do you still agree?"

"They want to make money now. If you want to make lots of money, you try to make a product that sells everywhere. But then your productivity goes down. The products are cheap because the materials are not really expensive. This is not my world, as you can imagine." [The Talks June 22, 2011].

Бізнесмен створює опозицію «I – they», не визнаючи інших представників галузі достойними, аби до них відноситися серйозно, або такими, що гідні конкуренції.

2) У свою чергу, італійці виказують високу емоційність, коли питання стосується їх продукту (*I eat, breath and sleep Ferrari every day, This brand is racing – racing and competition, it's impressive!,* (Laughs)*, Oui, oui* etc.). У такому випадку вони можуть обрати тактику відкритої конфронтації із конкурентом:

"**China recently replaced Germany as Ferrari's second-largest market. Will there be a day when the U.S. market is no longer the largest?**"

"You are asking the question of the wrong person. I grew up watching the Los Angeles Lakers with Kareem Abdul-Jabbar, I grew up watching Dan Marino making incredible passes, I've been pro-American all my life. I believe in it. This is the country that produces the most intellectual property of any place in the world. […] This country has assets like creativity, diversity. I struggle to see the U.S. falling behind any other country. I would be very careful to say that China is going to be bigger than the U.S." [FORZA July 20, 2012].

Тут бізнесмен виражає повагу до конкурента, але, у свою чергу, «оголошує війну» країні, котра спроможна на витіснення його продукції з першості на ринку.

3) У межах стратегії «знищення» конкуренції представники італійської етнолінгвокультури часто обирають тактику висміювання:

“FT: Are you thinking about Italy?”

“MD: No, I’m thinking about Ireland (Laughs).” [FORZA July 20, 2012].

Такий стилістичний прийом, як іронія, з використанням паралінгвістичних засобів допомагає чітко зрозуміти, що національний інтерес ставиться вище будь-якого іншого.

Представники **французької етнолінгвокультури** відзначаються ввічливістю, індивідуальним підходом до справи, цінуванням думки партнерів та їх особистості (*I want to be interested in the person and what the person does*, *they are both very different to me, He is a joy to be around* etc.).

Коли справа стосується конкуренції з іншими представниками певної галузі бізнес-діяльності, французи почасти обирають такі тактики:

1) тактику «ввічливого несприйняття»:

“Nevertheless you go and see movies with him. Can you step back from being a director and simply enjoy a movie?”

“Yes I can enjoy it. But it’s true it is a very complex problem. It is different because my son has a less critical approach to movies than me. […] It’s funny, when he wants to piss me off he tells me I am a bad director and that Quentin Tarantino is much better than me. I hate it when he says that! He forced me to go see Kill Bill Vol. 2 and I walked out of it, just like every time I go and see a movie by Quentin, besides Pulp Fiction – I finished that one. […]. [The Talks July 27, 2011].

На цьому прикладі видно, що французи ввічливо пояснюють своє несприйняття через, у даному випадку, життєву позицію.

2) Інколи під час інтерв’ю французи обирають тактику «відкритої образи» (*So I called them pussies I think. Then I got told off by the chief of the union, who came to sort of try to humiliate me in front of my crew because we fired those guys. I had my satisfaction!*). Така невмотивована та експресивна комунікативна поведінка може, на нашу думку, свідчити про несприйняття певних норм поведінки конкурентів.

3) Зрештою, бізнесмени, що представляють французьку етнолінгвокультуру, тяжіють до відмежування себе від «великого» світу, почасти ухиляючись від конкуренції, обираючи тактики нехтування важливістю будь-яких «змагань», використовуючи **тактику прихованої зверхності** як такої (*but I know to step a bit to the side and not become too much part of the “it” crowd. I want to keep the distance*) [The Talks July 3, 2013].

Тут бізнесмен відмежовує себе від великої підприємницької діяльності, наголошуючи на існуючій «власні» ніші, котрою їхня компанія повністю задоволена. У такому випадку до конкуренції байдуже (*I don’t dwell on them*).

З іншого боку, опозиція «I – crowd» свідчить про глибокий індивідуалізм, що може принизити тих, хто прагне до конкуренції та провідних місць на ринку. Далі наголошується на винятковості (*Real editors like me, people with a real voice*).

СХІДНОЄВРОПЕЙСЬКІ ЕТНОЛІНГВОКУЛЬТУРИ.

Українську етнолінгвокультуру можна охарактеризувати як таку, що розвивається у процесах глобалізації ринку.

З іншого боку, ведення бізнесу в Україні обумовлено складною економічною ситуацією, тому нерідко українські бізнесмени наголошують на складнощах і перешкодах (*Per Aspera Ad Astra («Through hardships to the stars»)*). В українській етнолінгвокультурі майже відсутнє використання стратегії «витіснення» конкурентів закордоном [Жайворонок 2007].

Проте, деякими компаніями обирається тактика «майбутнього оголошення війни»:

"***Do you have any plans for expansion? What are your growth ambitions?***"

"Our company is dynamically developing, which is proved by the insurance payment growth rates in comparence to the same period last year and other structures. The main drivers of growth for the next three years will be personal insurance, such as voluntary medical insurance. […]." [Lviv Business Issue 49, September 2012].

Використання лінгвістичних маркерів *dynamically developing growth rates in comparence to the same period last year and other structures* у межах тактики «майбутнього оголошення війни» вказує на існуючий потенціал задля досягнення провідних рейтингів у майбутньому, і тим самим, витіснення конкурентів з ринку.

СХІДНІ ЕТНОЛІНГВОКУЛЬТУРИ.

Китайська етнолінгвокультура визначається прагненням до інновацій, першості, що уособлює собою футуристичну «китайську мрію» до панування на ринку. Серед тактик стратегії «витіснення» конкуренції китайці обирають:

1) тактику «майбутньої конкуренції»:

"*Do you have a favourite building in NY?*"

"Oh I would say still today my favourite building is the Rockfeller Center – the entire urban design. That is what I aspire to". [The New York Times January 2, 2013].

У наведеному прикладі чітко простежується амбіційність китайців щодо досягнення світової першості, що виявляється за допомогою емфатичного дієслова *aspire*.

2) Більше того, представники даної етнолінгвокультури почасти підкреслюють обраність китайського народу і використовують тактику «обраності», що наголошує на тому, що китайський народ є національнозорієнтованим і імпліцитно не сприймає інших як рівних (*We, the Chinese, are able to provide the highest quality standards, My vision for the future is the incoming era … where the things are made by a Chinese* (Laughs)).

Японську етнолінгвокультуру відрізняють працьовитість, надійність, наполегливість, прагнення до вдосконалення, дисциплінованість, ввічливість та скромність у поведінці, в тому числі у бізнес-культурі.

В той же час, японці високої думки про свої здібності: (*From the very beginning of my career I was not very sure that I would become a so-called "fashion designer." The term "fashion designer" sounded very light*).

Використання тактики «передбачення наперед» свідчить про готовність до змін і бачення себе і власного бізнесу у майбутньому:

"What do you associate with that term?"

"When I think about the image of a fashion designer I think about trends. I have to think about what's new, what's next, what kind of feeling customers want. It's too busy for me. So, from the beginning, I wanted to protect the clothes themselves from fashion, and at the same

time protect the woman's body from something – maybe from men's eyes or a cold wind. I wanted people to keep on wearing my clothes for at least 10 years or more, so I requested the fabric maker to make a very strong, tough finish." [The Talks August 31, 2011].

У наведеному прикладі чітко простежується стратегія «знищення» конкуренції, що виявляється у тактиці «захисту» споживача від мейнстріму (*I wanted to protect the clothes themselves from fashion*).

До цього можна додати тактику «відкритої критики»:

"[…] all that everyone does is uses the enhanced power to create more and more games that look and feel the same, then all that it becomes is a competition about the power of the hardware rather than the uniqueness of the experience. That, to me, is where developers should be devoting their effort." [TIME INTERVIEW 18, 2013].

Використання займенника *everyone* підкреслює низьку оцінку діяльності конкурентів. Їх продукція асоціюється з «фаст фудом» (*more and more games that look and feel the same…rather than the uniqueness of the experience*). На думку бізнесмена, який вживає тактику вказування на недоліки інших компаній, такі компанії не матимуть майбутнього, поки не переглянуть концепцію розвитку бізнесу.

Звідси можна стверджувати, що представники японської етнолінгвокультури у бізнесі є націонaльнозорієнтованими (*Japan as an exotic exchange*). Вони прагнуть досягти першості на світовому ринку, що їм вдається. Але, у свою чергу, вони відкриті до здорової конкуренції.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики : [підручник] / Ф. С. Бацевич. – К. ВЦ "Академія", 2009. – 376 с.
2. Жайворонок В. В. Українська етнолінгвістика : Нариси : [навч. посібник для студ. вищ. навч. закл.] / В. В. Жайворонок. – К. : "Довіра", 2007. – 262 с.
3. Манакін В. М. Мовна і міжкультурна комунікація : [навч. посіб.] / В. М. Манакін. – К. : ВЦ "Академія", 2012. – 288 с.
4. Приятельчук А. О. Бізнес-діяльність: види, типи та форми прояву / Анатолій Олексійович Приятельчук // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка / відп. ред. Івченко Василь Миколайович. – К. : ВПЦ «Київський університет», 2012. – С. 40-43.
5. Семенюк О. А. Основи теорії мовної комунікації / Олег Анатолійович Семенюк, Валентина Юліївна Паращук. – [навч. посіб.] – К. : ВЦ "Академія", 2010. – 240 с.
6. Тер-Минасова С. Г. Язык и межкультурная коммуникация : [учеб. пособие] / С. Г. Тер-Минасова. – М. : "Слово", 2008. – 352 с.
7. Entrepreneur October 19, 2015 [Електронний ресурс] / Електронний журнал. – 2015. – Режим доступу до журн. : http://www.entrepreneur.com/article/249897.
8. Hall Edward T. Beyond Culture / Edward T. Hall. – Anchor Books, 1997. – 320p.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. business2community.com/expert-interviews/2013/09/29.
2. BUSINESS DAY June 6, 2015.
3. FORZA July 20, 2012.

4. Lviv Business Issue 49, September 2012.
5. performancein.com/news/2014/11/17.
6. pwc.com/resilience/2013.
7. SPIEGEL ONLINE 11.09.2012.
8. SPIEGELONLINE 09.11.2012.
9. SPIEGELONLINE 24.02.2010.
10. theguardian 09.11.2006.
11. The HBR Interview March 2011 Issue.
12. The Talks June 22, 2011.
13. The Talks July 27, 2011.
14. The Talks July 3, 2013.
15. The Talks May 7, 2014.
16. truecostmovie.com/safia-minney-interview/2015/10/16.
17. The New York Times January 2, 2013.
18. TIME INTERVIEW 18, 2013.

Стаття надійшла до редакції 8.09.2015 р.

Дегтяренко М. А., соиск.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

СТРАТЕГИЯ «ВЫТЕСНЕНИЯ» КОНКУРЕНЦИИ В ПОЛИКУЛЬТУРНОМ КОММУНИКАТИВНОМ ПРОСТРАНСТВЕ (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ТЕКСТОВ ИНТЕРВЬЮ С БИЗНЕСМЕНАМИ)

В статье проанализировано реализацию стратегии «вытеснения» конкуренции в поликультурном коммуникативном пространстве на материале англоязычных текстов интервью с бизнесменами, и, на этой почве, сделана попытка выделить национальную специфику в коммуникативном поведении участников интеракции.

Ключевые слова: *англоязычная этнолингвокультура, коммуникативная стратегия, стратегия «вытеснения» конкуренции, бизнесмен, интервью.*

Degtiarenko M.O., Candidate for a Cand.Phil.Sci.
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

"EXIT STRATEGY" IN MULTICULTURAL COMMUNICATIVE SPACE (BASED ON ENGLISH-SPEAKING BUSINESS INTERVIEWS)

The article studies the realization of "exit strategy" in multicultural communicative space (based on english-speaking business interviews). There has been made an attempt to highlight the participants' national identity in the communicative behavior.

Keywords: *English-speaking ethnic linguaculture, communication strategy, "exit strategy", businessman, interview.*

УДК 81’25 =112.2 : 811.161.2

Дорофеєва М.С., к.філол.н., доц.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

СИНЕРГЕТИЧНІ АСПЕКТИ ПЕРЕКЛАДУ СПЕЦІАЛЬНИХ ТЕКСТІВ

Статтю присвячено особливостям перекладу спеціальних текстів крізь призму синергетики. У дослідженні виявлено ознаки самоорганізації та саморегуляції перекладацького процесу, виконано синергетичний порівняльно-перекладацький аналіз спеціального тексту та його множинних перекладів, встановлено синергетичні особливості перекладу спеціальних текстів.

Ключові слова: *синергетика перекладу, флуктуація, біфуркація, аттрактор, принцип негативного зворотного зв’язку.*

На сучасному етапі розвитку гуманітаристики слід відмітити певний «концептуальний вакуум» [Астафьева 2002, 3] у методології гуманітарних наук, насамперед у перекладознавстві. Сучасний плюралістичний характер знання відкриває нові горизонти для вивчення усталених понять і категорій перекладу, серед яких, зокрема, одиниця перекладу, інваріант перекладу, перекладацьке рішення, модель перекладацького процесу, перекладацька трансформація, перекладацька інтерпретація, множинність перекладу, компетенція перекладача. Гострий дефіцит методології у перекладознавстві, яка дозволила би застосувати категоріально-понятійний апарат наук негуманітарного циклу для вивчення об`єктів теорії перекладу, зумовлює *актуальність* нашого дослідження.

Пропонована стаття є спробою віднайти закономірності перекладу спеціальних текстів, користуючись здобутками відносно нової метадисципліни – синергетики. Оскільки синергетика як теорія самоорганізації має дуже широкий предмет дослідження, що охоплює будь-які складні системи, здатні до самоорганізації та саморегуляції, можна стверджувати, що синергетична парадигма відкриватиме якісно іншу, міждисциплінарну методологію у розвідках таких надскладних феноменів, як мова, мовлення, мовленнєва діяльність і переклад.

Метою пропонованої статті є встановлення закономірностей перекладу спеціальних текстів крізь призму синергетики.

Поставлена мета передбачає виконання таких *завдань*: 1) виокремити синергетичні ознаки перекладу спеціальних текстів як системи, здатної до самоорганізації та саморегуляції; 2) здійснити порівняльно-перекладацький аналіз на основі категорій лінгвосинергетики; 3) встановити синергетичні особливості перекладу спеціального тексту.

Об`єктом дослідження виступають німецькомовний оригінал спеціального тексту та його множинні переклади українською мовою у синергетичному контексті перекладу як системи саморегуляції.

Предмет наукової розвідки становлять синергетичні особливості перекладу спеціальних текстів (перекладу-як-процесу), реконструйовані на основі множинних перекладів-результатів.

Матеріал дослідження формує фрагмент соціально-психологічного есе Еліаса Канетті „Masse und Macht“. Крім того, матеріал розвідки складають множинні переклади оригіналу українською мовою, виконані професійними перекладачами та студентами ІІ курсу магістратури Інституту філології Київського національного університету імені Т. Шевченка. Для ілюстрації окремих перекладацьких рішень з погляду синергетики був залучений фрагмент опублікованого перекладу есе Е.Канетті російською мовою.

На початку XXI століття використання законів синергетики для пояснення феноменів гуманітарних наук набуло статус перспективного напряму досліджень. Можна сказати, що уживання терміна «синергетика», який позначає «комбіновану дію деяких компонентів, за якої сумарний ефект перевищує дію кожного окремого компонента» [Кушнина 2014, 13], стало навіть модним явищем. Засновник синергетичного наукового напряму німецький фізик Герман Гакен підкреслює, що системи саморегуляції, які вивчає синергетика, належать до компетенції різних наук, наприклад, фізики, хімії, теорії інформації, математики, біології, останнім часом також соціології та культурології [http://spkurdyumov.ru/introduction/sinergetika-lozung-ili-nauka/].

Ідеї синергетики, пов`язані з механізмами самоорганізації нелінійних відкритих систем, не є новими для вітчизняної філологічної науки. Так, за останні кілька років з`явилась низка репрезентативних робіт Ф.Бацевича, Л.І.Піхтовнікової, А.М.Приходька, С.М.Єнікєєвої, Т.І.Домброван, присвячених синергетиці української мови [Бацевич 2009], синергетиці дискурсу, самоорганізації в еволюції стилю та жанру, самоорганізації концептосфери, синергетиці словотвору, діахронічній лінгвосинергетиці [див. статті у Синергетика 2015]. Отже, можна констатувати появу авторитетної української школи в галузі лінгвосинергетичних досліджень.

Серед зарубіжних дослідників, які займались загальними і частковими проблемами лінгвосинергетики, слід згадати насамперед Р.Г.Піотровського [Пиотровский 2006], М.Ф.Алефіренка [Алефиренко 2009], Г.Г.Москальчук [Москальчук 2010], К.І.Бєлоусова [Белоусов 2013]. Німецька школа лінгвосинергетики представлена у першу чергу роботами Р.Кьолера, Г.Альтмана [Köhler 1990; Köhler, Altmann 1986], К.Гофманн, А.Кротт [Hoffmann, Krott 2002, 1-29].

Слід підкреслити, що порівняно з синергетичною лінгвістикою проблеми перекладу в синергетичному аспекті розроблені значно менше. Результатом пошуку робіт в галузі синергетики перекладу стали докторська дисертація російської дослідниці Л.В.Кушніної [Кушнина 2004] та колективна монографія за її ж редакцією [Введение 2014]. Окремі питання, пов’язані з побудовою психолінгвістичної моделі перекладу як синергетичного мовленнєво-розумового процесу, розглядались у дослідженні І.А.Герман [Герман 2000].

Проаналізувавши стан досліджень із заявленої проблематики, можемо зробити висновок, що синергетика перекладу знаходиться на початковому етапі розвитку. По-перше, існуючі роботи представлені у доволі невеликій кількості; по-друге, вони концентрують свою увагу лише на художніх та поетичних текстах, залишаючи «поза кадром» інші текстові жанри.

Переклад як складний когнітивно-пізнавальний **процес** позначення вихідного смислу у «паралельній мовленнєвій реалізації» [Мирам 2003, 12] повною мірою можна віднести до саморегулювальних систем, подібно до Всесвіту, природи, людського організму, мислення і свідомості. Кінцевий результат перекладу, зафіксований у вигляді тексту («перехід від хаосу до впорядкованості» у термінах синергетики), є результатом дії процесу саморегуляції системи.

З погляду синергетики *система* становить сукупність об'єктів однакової або різної природи, що знаходяться між собою у взаємозв'язку, за рахунок чого сукупність перетворюється на цільність, набуваючи нові функції та якості, які не випливають з функцій та якостей її складових частин [Синергетика 2015, 8]. Саме синергетичний ефект спільної дії елементів системи, який виражається у набутті нею нових якостей, є основною ознакою самоорганізації. Серед умов самоорганізації системи Н.Климонтович наводить (1) відкритість; (2) первинне відхилення від рівноваги, зумовлене спрямованою або випадковою дією ззовні; (3) кооперативність та узгодженість усіх процесів, що відбуваються всередині системи [http://spkurdyumov.ru/introduction/sinergetika-lozung-ili-nauka/].

Іншими факторами саморегуляції системи стають ієрархічність, диссипативність (обмін енергією та інформацією з навколишнім середовищем і всередині системи), нелінійність. Окремі етапи розвитку систем, здатних до саморегуляції, пояснюються за допомогою таких базових понять і принципів синергетики, як флуктуація (від лат. fluctuatio – коливання), біфуркація (від лат. bifurkus – розгалуження), аттрактор (від англ. attract – притягувати; нім. Attraktion – привабливість, тяжіння, притягальна сила, аттракція), репеллер (від англ. repellency – відштовхування, протидія, перешкода), принцип негативного і позитивного зворотного зв'язку.

Останні дослідження вітчизняних вчених переконливо доводять, що мовна система є однією із найбільших систем самоорганізації, яка містить власне мову, мовні особистості та мовну картину світу [Синергетика 2015, 9]. Якщо розглянути модель мови у синергетичному аспекті і порівняти стани розвитку мови як системи саморегуляції з основними етапами перекладацького процесу, можна дійти висновку, що переклад матиме всі ознаки системи саморегуляції подібно до мови.

Так, згідно із схемою синергетичних перетворень лінгвістичної системи Р.Г.Піотровського [Пиотровский 2006, 7], мовна система проходить у своєму розвитку такі етапи: (1) стан стійкості (стабільності) – (2) втрата стабільності під впливом флуктуацій – (3) зона нерівноважності системи з точкою біфуркації – (4) перехід до нового стійкого стану.

На нашу думку, наведений цикл основних станів розвитку мови у синергетичному аспекті повністю корелює з перебігом перекладацького процесу. Спробуємо пояснити нашу аналогію на конкретному прикладі.

Припустимо, що письмовий переклад спеціальних текстів у змодельованому вигляді містить п'ять складових елементів (в реальності їх значно більше): замовника перекладу, виконавця перекладу, реципієнта перекладу, текст оригіналу і текст перекладу. Перед отриманням замовлення на переклад виконавець (його когнітивна система) залишається у стані стабільності (1). Після отримання замовлення і ознайомлення

з текстом оригіналу у когнітивній системі виконавця відбувається втрата стабільності (2). В даному випадку флуктуаціями, які викликали втрату стійкого стану когнітивної системи виконавця, виступають зовнішні джерела інформації: вимоги замовника і сам текст оригіналу.

Прийнявши рішення про прийняття замовлення, виконавець після необхідної підготовчої роботи починає працювати з текстом. Під час практичного виконання перекладу його когнітивна система неминуче увійде у зону нерівноважності, намагаючись прийняти перекладацьке рішення у точці біфуркації, тобто обрати оптимальний варіант перекладу з декількох можливих (3). Після проходження всіх точок біфуркації і завершення перекладу когнітивна система виконавця знову входить у стан стабільності (4). Цей доволі спрощений опис, звісно, не враховує багатьох інших компонентів перекладацького процесу, однак дає загальне уявлення про відповідність перекладу синергетичним законам розвитку надскладних систем.

Слід окремо зауважити, що цикл синергетичних перетворень у перекладі не обмежується лише факторами зіткнення когнітивної системи виконавця із зовнішніми джерелами інформації. Багаторазове проходження такого самого циклу очікує на перекладача під час продукування власне тексту перекладу. Спробуємо довести наше твердження на основі порівняльно-перекладацького аналізу крізь призму синергетики.

В межах дослідницького експерименту група студентів отримала перекладацьке завдання, яке полягало у перекладі фрагменту соціально-психологічного есе Е.Канетті українською мовою та письмовому поясненні (протоколу) конкретного перекладацького рішення, прийнятого виконавцем під час перекладу заголовка есе. Наведемо фрагмент оригіналу і декількох студентських перекладів:

(1) ***Umschlagen der Berührungsfurcht***

Nicht fürchtet der Mensch mehr als die Berührung durch Unbekanntes. Man will sehen, was nach einem greift, man will es erkennen oder zumindest einreihen können. Überall weicht der Mensch der Berührung durch Fremdes aus <…>.

Es ist die Masse allein, in der der Mensch von dieser Berührungsfurcht ***erlöst werden*** *kann. Sie ist die einzige Situation, in der diese Furcht in ihr Gegenteil* ***umschlägt*** [Canetti 1992, 11].

(переклад 1.1) ***Звільнення від страху перед дотиком***

Понад усе людина боїться дотику невідомого. Ми прагнемо побачити, що нас торкається, зрозуміти чи принаймні розпізнати його. Люди повсюдно намагаються уникнути прямого контакту з чужим <…>

Лише в масі може людина ***звільнитися*** *від цієї боязні перед дотиком. Маса створює єдине можливе середовище, де цей страх* ***перетворюється на його протилежність****.*

(протокол 1.1) *В українському перекладі заголовка було застосовано прийом модуляції при відтворенні слова «Umschlagen», бо «звільнення» не є його прямим лексичним відповідником, але, зважаючи на зміст уривка, можна зв'язати поняття перетворення страху на його протилежність зі звільненням від нього. Крім того, якщо страх перетворюється на свою протилежність, то ця протилежність, очевидно, буде чимось позитивним, а отже слово «звільнення» з його позитивними*

конотаціями може бути тут вжито, зокрема і тому, що в тексті також згадується звільнення від страху – «von dieser Berührungsfurcht erlöst werden».

(переклад 1.2) ***Переборний страх дотику оточуючих людей***

Ніщо так не лякає людину, як дотик невідомого. Коли хтось або щось торкається вас, хочеться бачити, знати, чи хоча б розпізнати, що ж воно таке. Людина всюди намагається уникати чужих дотиків.

Людина може ***перебороти*** *страх дотику оточуючих людей лише в масі. Це єдиний випадок, коли такий страх* ***перетворюється на свою протилежність.***

(протокол 1.2) *Переклад назв статей завжди становив певні труднощі для перекладача. Це зумовлено різницею між мовленнєвими узусами мови оригіналу та мови перекладу. В перекладі повністю зберегти прагматичний вплив, що є в оригіналі, не вдалося через різні традиції німецької та української мов. Як подається в словнику Abbey Lingvo 12, слово "Umschlag" має такі відповідники, як " перемена", "перелом", "изменение ". Моїм перекладацьким рішенням було застосувати трансформацію контекстуальна заміна: "Переборний страх дотику оточуючих людей". У тексті йдеться про те, що цю фобію торкання оточуючих людей можна подолати, тобто психологічний стан людини зміниться. Прикметник "переборний" має саме таке значення, що пасує контексту. Що стосується слова "Berührungsfurcht", то я вирішила перекласти його описово, застосувавши трансформацію додавання, від чого переклад сприймається цільовою аудиторією природньо та адекватно.*

(переклад 1.3) ***Вгамування страху перед доторком***

Ніщо не лякає людину так, як доторк невідомого. Вона хоче бачити, хоче знати чи принаймні уявляти собі те, що її торкається. Людина завжди намагається уникати чужого доторку.

І тільки в масі людина може ***звільнитися*** *від страху перед доторком. Це – єдина ситуація, коли цей страх* ***переходить у свою протилежність***.

(протокол 1.3) *Я вирішив перекласти назву тексту як "Вгамування страху перед доторком" через зміст останнього речення. Оскільки , яким би не був страх перед доторком : легким або панічним – все ж є така ситуація, коли навіть страх переходить у свою протилежність і ми можемо перетворити недолік на свою перевагу.*

(переклад 1.4) ***Страх перед дотиком і його метаморфози***

Нічого так не боїться людина, як незрозумілого дотику. Коли випадково доторкаєшся до чогось, хочеться побачити, хочеться дізнатися або принаймні здогадатися, що це. Людина завжди намагається уникати чужорідного дотику.

Звільнити *людину від цього страху перед дотиком здатна лише маса. Тільки в неї страх* ***переходить у свою протилежність***.

(протокол 1.4) *Переклад заголовку цього тексту виявився не таким простим, як здавалося. Спочатку треба було все прочитати, щоб зрозуміти, про що йдеться в цьому тексті. Оскільки слово das Umschlagen можна перекласти як зміни (різкі),перехід, я вирішила знайти гарний відповідник до цього слова – метаморфози, що підходить до змісту цього тексту.*

Професійний опублікований переклад Олекси Логвиненка (1.5) ***Погамування страху перед доторком***

Ніщо не лякає людину так, як доторк невідомого. Вона хоче бачити, хоче знати чи принаймні уявляти собі те, що її торкається. Людина повсюди намагається уникати чужого доторку <…>.

І тільки в масі людина може ***звільнитися*** *від страху перед доторком. Це – єдина ситуація, в якій такий страх* ***обертається на свою протилежність*** [Канетті 2001, 9-10].

Професійний опублікований переклад Леоніда Іоніна російською мовою (1.6)

Обращенный страх прикосновения

Человеку страшнее всего прикосновение неизвестного. Он должен видеть, что его коснулось, знать или, по крайней мере, представлять, что это такое. Он везде старается избегать чужого прикосновения<…>.

И только в массе человек может ***освободиться*** *от страха перед прикосновением. Это единственная ситуация, где этот страх* ***переходит в свою противоположность*** [Канетти 1997, 18-19].

Прокоментуємо наведені переклади та протоколи перекладацьких рішень з погляду синергетики. На нашу думку, для адекватного перекладу заголовка необхідно знайти *аттрактор* наведеного фрагмента, тобто домінуючий смисл, ту «силу тяжіння», навколо якої концентрується весь зміст фрагменту, як фактуальний, так і підтекстовий.

Одразу підкреслимо, що для перекладу студентам були запропоновані втричі довші уривки, ніж наведено у даній статті. На підставі проаналізованих протоколів можна побачити, що студенти одностайно «відчули» аттрактор запропонованого фрагменту, який знаходиться у останньому абзаці оригіналу: *Es ist die Masse allein…*

Конкретною вербальною реалізацією аттрактора, вирішальною для перекладу заголовка, стало дієслово *umschlagen* у складі незв'язаного словосполучення *in das Gegenteil umschlagen* (перетворюватись на свою протилежність), що на формально-мовному рівні збігається із заголовком оригіналу *Umschlagen der Berührungsfurcht.*

Під час формування остаточного рішення щодо відтворення заголовка майже всі виконавці вказують на складність його перекладу та необхідність детального ознайомлення з усім текстом. Тому можна стверджувати, що з погляду синергетики перша втрата стабільності системи відбулась вже під час спроби перекладу заголовка на початку роботи. Флуктуаціями, які викликали втрату стабільності, стало когнітивне нерозуміння смислу заголовка. Когнітивна система виконавця, знаходячись у зоні нерівноважності, опиняється у точці біфуркації, тобто необхідності вибору варіантів перекладу. Цей процес відображено у протоколах.

Так, у протоколі (1.1) варіантами проходження точки біфуркації *Umschlagen* стали: *перетворення (страху) на протилежність – протилежність страху як позитивна якість –* ***звільнення від страху***. Обраний кінцевий варіант виділено жирним курсивом.

У протоколі (1.2) ланцюжок варіантів проходження точки біфуркації виглядає так: *Umschlag – перемена – перелом – изменение – подолання фобії – зміна психологічного стану людини –* ***переборний*** *страх.*

Протокол (1.3) ілюструє таке проходження точки біфуркації: *Umschlagen – перехід страху у свою протилежність – перетворення недоліку на перевагу –* ***вгамування*** *страху.*

Протокол (1.4) демонструє такі етапи проходження точки біфуркації: *das Umschlagen – різкі зміни – перехід –* ***метаморфози*** *(страху)*

Результатом проходження точки біфуркації у професійному перекладі українською мовою Олекси Логвиненка (1.5) став абстрактний іменник ***погамування.*** Можна припустити, що хід думок професійного перекладача збігається із альтернативою перекладацьких рішень, викладеною у протоколі (1.3). Цікаво, що студентський протокол 1.3. єдиний, який належить виконавцю чоловічої статі.

Зрештою, кінець проходження точки біфуркації у професійному російськомовному перекладі Леоніда Іоніна (1.6) виглядає таким чином: ***обращенный <страх прикосновения>***.

На нашу думку, в даному фрагменті існує два аттрактори, визначальні для перекладу заголовка, однак вони функціонують на двох різних рівнях інформації тексту. Прийняття перекладацьких рішень студентами у точці біфуркації, відповідно до їх протоколів, зумовлено орієнтацією на аттрактор змістово-фактуальної інформації, який виражається на поверхневому рівні мови: *Umschlagen – die Furcht schlägt in ihr Gegenteil um*.

Утім, ключовою фразою з домінуючим смислом для даного фрагменту виступає попереднє речення: *Es ist die Masse allein, in der der Mensch von dieser Berührungsfurcht* ***erlöst werden*** *kann.* Ми вважаємо, що саме дієслово ***erlösen – звільнити*** становить аттрактор для даного фрагменту, але на змістово-підтекстовому рівні інформації. Інакше кажучи, в результаті зміни оточення людини від самотності до маси вона звільняється від почуття страху перед доторком. Результат дії згаданого дієслова (*Erlösung – звільнення*) і стає протилежністю страху.

Слід зазначити, що наведений змістово-підтекстовий аттрактор відчувається більшістю перекладачів, оскільки вони акцентують увагу на семантичні аспекти зникнення страху через ***звільнення*** (протокол 1.1), зусилля людини: ***переборний*** страх (1.2), ***вгамування*** страху (1.3), ***погамування*** страху (1.5). Решта перекладачів відштовхуються від поверхневого аттрактору *umschlagen – перетворюватись*: ***метаморфози*** (1.4); ***обращенный страх*** (1.6). З нашого погляду, більш адекватними перекладами заголовку даного фрагменту є ті варіанти, що орієнтуються на змістово-підтекстовий аттрактор.

Ті виконавці, які сконцентрувались на поверхневому аттракторі, надали переклади, більш віддалені від домінуючого смислу тексту. Так, ***метаморфози*** можна трактувати як послідовний цикл перетворень почуття страху, якого немає в оригіналі. Російськомовний варіант ***обращенный страх*** викликає небажані асоціації з навернення у якусь віру, або з перевертнем і також не відтворює головну ідею тексту.

Останньою ознакою перекладу як системи саморегуляції стає синергетичний принцип зворотного зв'язку, який використано всіма виконавцями. Для адекватного перекладу заголовка вони неодноразово повертались від кінця тексту на його початок, намагаючись знайти точки опору для своїх рішень.

Яскравим прикладом здійснення негативного зворотного зв'язку вважаємо протокол 1.1. В процесі перекладу студентка проходить шлях від первинного варіанту перекладу *перетворення страху*, продиктованого котекстом словосполучення *перетворення на свою протилежність* (*in ihr Gegenteil umschlagen*) до знаходження точки

опору у дієслові *erlösen*. Таким чином, у результаті негативного зворотного зв'язку виконавець корегує сам себе, знаходячи нові смисли у фрагменті для перекладу.

Проведений огляд сучасного стану лінгвосинергетичних досліджень в Україні, а також аналіз спеціального тексту і його множинних перекладів в аспекті синергетики дозволяє зробити такі висновки:

1. Процес перекладу спеціальних текстів як синергетична система відбувається у межах циклу певних етапів розвитку: (1) стан стійкості (стабільності) – (2) втрата стабільності під впливом флуктуацій – (3) зона нерівноважності системи з точкою біфуркації – (4) перехід до нового стійкого стану. Наведений цикл повністю збігається із синергетичними перетвореннями системи мови, здатної до самоорганізації та саморегуляції.

2. Категорії та принципи синергетики, серед яких біфуркація, флуктуація, аттрактор, негативний зворотний зв'язок, можуть виступати інструментом порівняльно-перекладацького аналізу оригіналу і його множинних перекладів. Згадані інструменти дозволяють, з одного боку, здійснити об'єктивну критику перекладного тексту; з іншого боку, вони оптимізують перекладацькі рішення для досягнення адекватності перекладу.

3. Точками біфуркації у спеціальних текстах виступають всі поняття, які припускають неоднозначне трактування (полісемічні одиниці). Флуктуації під час перекладу можуть мати як зовнішній, так і внутрішній характер. У випадку зовнішніх флуктуацій ідеться про вимоги замовника та інші екстралінгвістичні фактори. Внутрішні флуктуації пов'язані з труднощами у розумінні оригіналу на будь-якому рівні перекладацької компетенції.

4. За результатами експерименту з використанням протоколів перекладацьких рішень було встановлено, що у точці біфуркації вибір варіанту перекладу необхідно здійснювати лише відповідно до аттрактора (домінуючого смислу) тексту. Якщо аттрактор встановлено невірно, синергетична система перекладу руйнується, в результаті чого переклад стає неадекватним, або не відповідає нормам приймаючої мови.

5. Важливим фактором адекватного перекладу спеціального тексту стає принцип зворотного негативного зв'язку. Циклічний рух перекладача від початку до кінця перекладного тексту і знов на початок дозволяє знайти опорні точки для обгрунтування перекладацьких рішень, і таким чином провести самокорекцію перекладу. Завдяки зворотному зв'язку також виникає прирощення нових смислів, що слугує основною ознакою саморегуляції та самоорганізації перекладу як синергетичної системи.

Перспективою подальших досліджень у річищі синергетики перекладу вважаємо розгляд факторів інформаційної ентропії та перекладацької рефлексії у процесі перекладу спеціальних текстів гуманітарного профілю.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Алефиренко Н.Ф.* Лингвокогнитивная синергетика: истоки, принципы, сущность / Н.Ф.Алефиренко // Studia linguistica cognitiva: Наука о языке в изменяющейся парадигме знания. — Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2009. — Вып. 2. — С. 228-255.

2. *Астафьева О.Н.* Эвристические возможности синергетики в исследовании современных социокультурных процессов: дисс. … д-ра филос. наук: 24.00.01 / Астафьева Ольга Николаевна; Росс. акад. гос. службы. — М, 2002. — 371 с.
3. *Бацевич* Флорій. Духовна синергетика рідної мови : Лінгвофілософські нариси : монографія / Флорій Бацевич. — К.: ВЦ «Академія», 2009. — 192 с. (Серія «Монограф»).
4. *Белоусов К.И.* Синергетика текста: От структуры к форме / Белоусов Константин Игоревич. — М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2013. — 248 с.
5. *Введение* в синергетику перевода: Монография / Л.В.Кушнина, И.Н.Хайдарова, С.С.Назмутдинова [и др.]; под общ. ред. Л.В.Кушниной. — Пермь: Изд-во Пермского нац. исслед. политехн. ун-та, 2014.– 278 с.
6. *Герман И.А.* Лингвосинергетика: Монография / И.А.Герман. — Барнаул: Изд-во Алтайской академии экономики и права, 2000. — 168 с.
7. *Климонтович Н.* Синергетика: лозунг или наука [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://spkurdyumov.ru/introduction/sinergetika-lozung-ili-nauka. — Назва з екрана.
8. *Кушнина Л.В.* Взаимодействие языков и культур в переводческом пространстве: гештальт-синергетический подход: дисс. … д-ра филол. наук: 10.02.19 / Кушнина Людмила Вениаминовна; Пермский гос. техн. ун-т. — Пермь, 2004. — 437 с.
9. *Мирам Г., Гон А.* Профессиональный перевод: Учеб. пособие / Г.Мирам, А.Гон. — К.: Эльга, Ника-Центр, 2003. — 136 с.
10. *Москальчук Г.Г.* Структура текста как синергетический процесс / Г.Г.Москальчук. — М.: Эдиториал УРСС, 2010. — 296 с.
11. *Пиотровский Р.Г.* Лингвистическая синергетика: исходные положения, первые результаты, перспективы / Р.Г.Пиотровский. — СПб. : Изд-во С.-Пб. гос. ун-та, 2006. — 160 с.
12. *Синергетика* в филологических исследованиях : монография / Т.И.Домброван, С.М.Еникеева, Л.С.Пихтовникова, А.Н.Приходько [и др.]; под общ. ред. проф. Л.С,Пихтовниковой. — Х. : ХНУ имени В.Н.Каразина, 2015. — 340 с.
13. *Köhler R.* Elemente der synergetischen Linguistik // Glottometrika 12. — Bochum: Brockmeyer, 1990. — S. 179-187.
14. Köhler R., Altmann G. Synergetische Aspekte der Linguistik // Zeitschrift für Sprachwissenschaft. — №5, 1986. — S. 3-265.
15. *Hoffmann Chr.,* Krott A. Einführung in die Synergetische Linguistik // Korpuslinguistische Untersuchungen zur quantitativen und systemtheoretischen Linguistik, 2002. — S. 1-29.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. Canetti, Elias. Masse und Macht / Elias Canetti. — Neuausg. — Hildesheim: Claassen, 1992. — 568 S.
2. Еліас Канетті. Маса і влада / Еліас Канетті (пер. з нім. О.Логвиненка). — К.: Видавничий дім «Альтернативи», 2001. — 416 с.
3. Элиас Канетти. Масса и власть / Элиас Канетти (пер. с нем. и предисл. Л.Ионина). — М.: «Ad Marginem», 1997. — 527 с.

Стаття надійшла до редакції 8.09.2015 р.

Дорофеева М.С., к.філол.н., доц.
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

СИНЕРГЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПЕРЕВОДА СПЕЦИАЛЬНЫХ ТЕКСТОВ

Статья посвящена рассмотрению особенностей перевода специальных текстов сквозь призму синергетики. В рамках исследования выявлены признаки самоорганизации и саморегуляции переводческого процесса, осуществлен синергетический сравнительно-переводческий анализ специального текста и его множественных переводов, установлены синергетические особенности перевода специальных текстов.

Ключевые слова: *синергетика перевода, флуктуация, бифуркация, аттрактор, принцип негативной обратной связи.*

Dorofeeva M.S., PhD in Philology, Assistant Professor
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kiev

TRANSLATION OF THE SPECIAL PURPOSE TEXTS: SYNERGETIC ASPECTS

The article is devoted to the translation peculiarities of special purpose texts under the prism of synergy. The self-organization and self-regulation of the translation process were considered, a special purpose text with its multiple translations was analyzed from the synergetic point of view, the synergetic special features of the special purpose texts' translation were determined.

Keywords: *synergy of translation, fluctuation, bifurcation, attractor, negative feed-back.*

УДК 811.111

Дубравська Д.М., к. пед. н., доц., ***Ванівська О.І.,*** к. ф. н., доц.,
Львівська комерційна академія

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО АНАЛІЗУ СЕМАНТИКИ КОМПОЗИТІВ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

У статті розглянуто основні характеристики композитів як продуктивного способу словотворення в англійській мові, описано класифікацію композита як феномену, подано результати лінгвістичного дослідження графічного зображення композитів та частотності їх використання в сучасній англійській мові (на матеріалі Британського національного корпусу текстів (BNC)). Виділено основні характеристики копулятивних, аппозиційних, ендоцентричних та екзоцентричних композитів.

Ключові слова*: композит, композитні моделі, копулятивні, аппозиційні, ендоцентричні та екзоцентричні композити, продуктивність, словотворення.*

Актуальність дослідження зумовлена високою продуктивністю композитів як способу словотвору, відкритістю питання щодо визначення семантики слів-композитів.

Поповнення лексики певної мови – закономірний, історично обумовлений процес. Тенденція до композитоутворення з'явилася в англійській мові ще у стародавні часи. Вмотивованість постійного поповнення словника англійської мови пояснюється різними чинниками, зокрема, екстралінгвальними: економічним, правовим, політичним, фінансовим та соціальним розвитком англомовних держав; домінуванням англійської мови як глобальної, розвитком науки міжкультурною комунікацією, внаслідок чого відбувається взаємне збагачення мов словами іншомовного походження, розвитком і збагаченням культур народів, комп'ютеризацією тощо. Інтралінгвальні чинники зумовлені внутрішньою потребою у вербалізації нового уявлення і відсутністю відповідного поняття в когнітивній базі мови-реципієнта.

В арсеналі сучасної англійської мови є різноманітні способи поповнення словника: деривація, словоскладання (композити), конверсія, скорочення, зворотний словотвір, лексично-семантичний спосіб, запозичення тощо. Питома вага кожного з них у словотворчому процесі неоднакова.

Не зважаючи на те, що композити одне з найдавніших джерел поповнення словника англійської мови, вони все ще високопродуктивні, а отже – хороший об'єкт для дослідження.

Особливості словоскладення з різних перспектив вивчали О.Есперсен, О. С. Кубрякова, І.М. Аракелян, Е М. Н. Башкуєва, В. Беспалова, І. Барз, Л. Бауер, Н. Бергстен, В.С. Вашунін, П. Даунінг, М. Докуліл, П. Ізабеле, Дж. Т. Єнсен, Н. В. Квартич, Д.І.Квеселевич, Р. Лебер, К.А. Левковська, Г. Марчанд, О.Д. Мєшков, Л.Ф. Омельченко, М. М. Полюжин, Р.С. Сакієва, М.Д. Степанова, Н.Фаб, Ю. Леві, Р. Ліз, Т. Леонард, В. Мотч, Л. Ортнер, Е. Селкірк, Фінін, Р. Г. Уелман, Б. Уоррен [2-5; 3-9; 5-13; 6-20; 7;8].

Композити постають одним з основних засобів економії у мові і мовленні. «Заміщаючи за допомогою мовного знака складні або розгорнуті когнітивні структури, ми отримуємо можливість оперувати ними у нашій свідомості з більшою легкістю, оскільки підставляємо на їх місце один єдиний символ» [3, 421].

Композит привертає увагу вчених останнім часом перш за все тому, що семантичні зв'язки між конституантами композитів не є експліцитно виражені. Окрім того, однією з причин такої уваги є їх продуктивність та частотність вживання. Комбінування пар англійських слів може бути майже не лімітованим і тому часто мовці утворюють і використовують композити, які ми чуємо вперше.

Метою нашого дослідження є аналіз семантики складних лексичних одиниць, композитів, у сучасній англійській мові.

Доволі вузьке визначення композитів запропоноване Лаурі Бауер: "Складне слово – лексична одиниця, складається з двох чи більше елементів, кожен з яких може існувати як лексема незалежна від інших в іншому контексті, і яка демонструє деякі фонологічну та/чи граматичну ізоляцію від стандартного синтаксичного вжитку" [4,695].

Композити – словотвірний процес, комбінація двох чи більше вільних морфем що належать до певної граматичної категорії і характеризуються графічною та семантичною цілісністю. – один з найбільш продуктивних шляхів словотвору.

Морфологічна класифікація композитів в англійській мові: Композити можуть належати до будь якого класу слів і можуть мати наступну морфологічну структуру:

- **N – N:** *key + pad → keypad: The remote **keypad** eliminates disturbance to the balance caused when operating the function keys.*
- **Adj – N:** *blu + stone → bluestone: **Bluestone** is not mentioned by Wesley but a Methodist Society was formed there at an early date.*
- **V – N:** *work + basket → work basket: A bag of red wool was produced from a **work basket** and the looped baubles glittered on the tree.*
- **N – V:** *breast + feed → breastfeed: For mothers who choose not to **breastfeed**, bottlefeeding provides a safe alternative.*
- **V – V:** *stir + fry → stirfry: Their Spam recipes, built up since 1957, include Spam kebabs, Spamish omelette, Spam pizza, Spam moussaka, Spam **stirfry** and Spam stroganoff.*
- **Adj – V:** *high + light → highlight: Two examples **highlight** the problems.*
- V **– Prepos:** *break + up → breakup: They deal very much with the **breakup** of the family.*
- **Prepos –V:** *in + put → input: The Hotel Manager's room status facility allows room status to be updated by using the telephone keypad as an **input** terminal.*
- **Adj – Adj:** *bitter + sweet → bittersweet: It was a **bittersweet** time but he still held my hand going to school.*
- **Prepos – Prepos:** *in + to → into: An old fishing village, now transformed **into** a splendid modern resort.*

Близько 3% всіх слів у Британському національному корпусі (BNC) – це складові елементи композитів.

Дослідження композитних моделей наявних в BNC дає змогу стверджувати, що найбільшу групу становлять **N+N** композити (*dogbox, dogcart, dogface),* вони становлять майже половину фактологічної бази дослідження усіх композитів. Другу групу за кількістю композитів становлять моделі **A+N** (*deep brain stimulation*, *great power policy),* рідше трапляються моделі **Num +N** (*double allegiance*, *double answer*), **Num 0+N** (*fifth column, third country*), **PII+N** (*converted rice, written code*), **G+N** (*trying plane, drying-house, stop bath*), **V+N** (*drop bottle*) тощо.

Композит – це слово, яке можна поділити на складові – незалежні смислові мовні одиниці, кожна з яких може утворювати велику кількість сполучень.

Успадковані морфологічні зв'язки, притаманні будь-якій морфологічній структурі, в тому числі й композитам, становлять лише частину значення слова. Решта значення – результат співвідношення слова і контексту, в якому воно використовується.

- ***bureaucratic ladder** (1)[1]: Some come like Marmeladov to get a job on the appropriate rung of the **bureaucratic ladder**.*
- ***business ladder**(2): COURTAULDS has given a local school a leg up the **business ladder** by helping them 'set up shop' as scientific equipment suppliers.*
- ***career ladder** (19): And at last, and most imprudently, he married an ambitious tyrant who drove him up the **career ladder**, and when things began to get too much he set to work on a toy church with pastor, pulpit, congregation, organ and so forth .*

- ***cat ladder*** *(3)*: *A* ***cat ladder*** is a *ladder used for working on a sloping roof, with a hook at one end and pads to spread the load.*
- ***corporate ladder*** *(7): At the same time, no power-dressed working woman would be seen dead without her higher heeled shoes — both to stamp on the toes of the men as she stepped up the* ***corporate ladder*** *and to balance her wide, padded shoulders.*
- ***educational ladder****(3): But the next exam on the* ***educational ladder*** *lays emphasis on what people know, rather than what they can do, and is seen primarily as a passport to university entry.*
- ***evolutionary ladder****(12): Sweeney Agonistes takes its audience back not simply to what was seen as the childhood, even babyhood of ritual and civilization, but further down the* ***evolutionary ladder*** *to the most primitive level of that 'amorphous protoplasm' which makes up the human egg.*
- ***extension ladder*** *(2): A firemen climbed an* ***extension ladder*** *and edged along the wall but when he reached the scene the yellow-topped fledgeling flew away.*
- ***a free floating ladder****(1): He rammed in the pitch, keeping his balance in the tossing pirogue, as only he could, he with his funambulist's antennae, who might have scaled the ship on* ***a free-floating ladder*** *if it had been a parade, a feast, a time of play and rejoicing.*
- ***helicopter ladder****(1): Lowered on a* ***helicopter ladder*** *over Anfield, he could bellow his instructions through a loudhailer, thus keeping in touch with his players while observing the letter of UEFA law.*
- ***infinite ladder*** *(1): While the identical symmetric sections of an* ***infinite ladder*** *would obviously be loaded with the characteristic impedance, this*

1 цифрами позначено частотність вживання композитних моделей у BNC

is an impractical arrangement.

- ***international ladder*** *(2): Where young players take their first steps on the* ***international ladder*** *at senior level.*
- ***legal ladder*** *(1): A steady rise up the* ***legal ladder*** *took him into the commercial law field and a range of broader experience as a member of both the Monopolies and Mergers Commission (1966 to 1969) and a legal member of the mental health tribunal for 22 years until 1982.*
- ***literary ladder*** *(1): He set up the prize to give aspiring writers a chance to step on the first rung of the* ***literary ladder****.*
- ***metal ladder*** *(2): He suddenly darted out from behind a* ***metal ladder*** *and Whitlock aimed at his legs.*
- ***one-stitch ladder****(1): This will form a* ***one-stitch ladder*** *to each side of the cable making working easier and the stitch will not run because you have secured it to its adjacent needle.*
- ***rope ladder****(10): A new lightweight* ***rope ladder****, featuring injection-moulded steps and aimed at speleologists is also on the stocks.*
- ***seven-layer decision-making ladder****(1): A quick glance at the* ***seven-layer decision-making ladder*** *of the OSI, makes plain the potential for querulous technical in-fighting over a near-interminable period.*

- ***short wooden ladder*** *(1): A few minutes later you are walking up a* ***short wooden ladder****, round the corner and you find a 200ft waterfall — bridges cross the torrent twice before you reach the top and continue along the path.*
- ***soccer ladder*** *(2): At the age of 30, he finds himself consigned to the sidelines without even the consolation of a drop down the* ***soccer ladder****.*
- ***social ladder*** *(21): Seen through the disapproving eyes of respectable citizens they were nothing but a disorderly and disorganized rabble, dropouts from the* ***social ladder****.*
- ***property ladder*** *(4): It could be, that you want a house, you might currently be in rented accommodation and you want to get on the* ***property ladder****.*

Семантична та синтаксична класифікація композитів:

Ендоцентичні (татпуруша) або субординативні композити – це такі складні слова, у яких чільний компонент (означувальне слово) визначає його лексичне значення і загальну категорію композита в цілому, а модифікатор, звужує або уточнює це значення, тобто семантичне значення та граматичні функції композита чітко визначаються його складовими частинами: *chapter-lands* (церковні угіддя) *female cellblock* (жіноче відділення (в'язниці)) дитяча злочинність *juvenile delinquency* (дитяча злочинність) тощо. Так, у композиті *Palm Sunday* (вербна неділя) компонент *Palm* (гілочка верби) тематизує та чіткіше окреслює слово *Sunday* (неділя), виділяючи його серед інших неділь визначаючи її особливість.

Ендоцентричні композити мають тенденцію набувати ту частину мови, яку притаманна чільному компоненту, як у прикладі *law* case*,* де *case* – чільний компонент і *law* – модифікатор, зрозуміло, що це *судова справа*: *It was an interesting* ***law case*** *for him.* Однак, якщо поміняти місцями ці слова, то внаслідок, вони поміняються ролями: ***case law*** – утворюється новий композит – *прецедентне право*: *Free access to New* Zeal and *legal information including* **case law***, legislation, and* law*review articles.*

Копулятивні композити (або двандва) або координативні – складні слова, які утворюються за допомогою складання компонентів у такий спосіб, що їхнє значення накладається одне на одного і вони мають два семантичні ядра, які є рівноцінними. Вони характеризуються наявністю в кожного компонента окремого лексичного значення, що разом формують єдине значення композиту: *neuropsychic* (нервово-психічний), *governor-general (*генерал-губернатор), *currency and credit (*валютно-кредитний). Сюди належать також лексеми на позначення комбінованих кольорів: *yellow-red, blue-grey.*

Аппозиційні композити – (слова-прикладки), які забезпечують процес подвійної номінації, тобто для одного й того ж феномену наводяться дві назви: перший компонент називає ознаку предмета і водночас дає йому нову назву. Об'єкт при цьому характеризується з різних боків: англ., **actor-manager** (*Charles J. Dillon (1819 – 27 June 1881) was an English actor-manager and tragedienne*.); *maidservant* (*At this moment the door opened, and a maidservant announced tea*.)

Екзоцентричні композити (так звані **бахуврихи** в традиціях санскриту) – це лексеми в яких відсутній чільний компонент, а їх значення не можна визначити зі значень його конституентів, до того ж при творенні цього типу складних слів наявне переосмислення вихідної семантики основ, залучених до словоскладання, тобто номінація не зумовлюється відношеннями зовнішньої валентності одиниць – складових

елементів. Значення цього типу складних слів визначається сукупністю смислів компонентів, що його утворюють. Екзоцентричні композити, значення яких неможливо прогнозувати із значень складових композита, не завжди є вільними від впливу певних семантичних чи прагматичних характеристик пов'язаних з одним чи обома складовими елементами композита, однак, містить в собі додаткові характеристики, не притаманні кожному з конституентів:

- *banana republic* – бананова республіка (про малу латиноамериканську країну): *It is time that we make Mr. Vadra realize that* **India** *is no more a banana republic which was ruled by the first family of Congress.*
- *banana seat* – подовжене велосипедне сідло: They have the most comfortable *banana seats* on the planet, with whole-seat suspension sissybars to maximize your sitting area.
- *banana-head* – балда, тупиця: *Lord of Karma is a bananahead if he thinks The Eraser isn't electronica.*

Наприклад, англійський композит *banana belt* не є ні типом поясу чи ременя, ні банановим. Це – зимові курорти з м'яким кліматом: *A* ***banana belt*** *is any segment of a larger geographic region that enjoys warmer weather conditions than the region as a whole, especially in the wintertime.*

"В екзоцентричних композитах частина мови визначається лексично, не зважаючи на частину мови компонентів (складових)" [1, 117].

Наприклад, *a must-see* (3) – прикметник: *This is one of the* ***must-see pieces*** *at the exhibition,* або – іменник: *This sassy and superior suspense thriller is* ***a must-see***, хоча не містить у своєму складі жодного прикметника чи іменника:

Red-spotted purple – іменник, хоча складається з прикметників *red* та *purple,* а також дієприкметника *spotted*: ***Red-spotted purple*** *is a North American butterfly that is a form of the white admiral, formerly considered a separate species.*

Отже, композит функціонує як індивідуальна лексична одиниця, що виражає зв'язки між компонентами, кожній з яких притаманні специфічні характеристики. Виникнення композитів вмотивоване зручністю у використанні, стислістю а також потребою в певних ситуаціях у більш експресивних, яскравих метафоричних конструкціях.

До складу композита часто входять вже переосмислені одиниці, які значною мірою впливають на його стилістичну значущість. Образність та експресивність композитів прямо пов'язана з семантичним наповненням їх моделей. Безперечно необхідний подальший аналіз більш тонких відмінностей внутрішньої структури композит, семантичних зв'язків між складовими елементами, визначення категорійного статусу складових тощо, що є метою нашого подальшого дослідження.

ЛІТЕРАТУРА

1. Дубравська Д.М. Композити як одне з основних джерел розвитку і збагачення словникового складу англійської мови (на матеріалах британського національного Корпусу текстів (BNC). Лінгвістика XXI століття: нові дослідження і перспективи/Д.М. Дубравська// НАН України. Центр наук. дослідж. і викладання іноземних мов. -К. Логос. 2012. С. 110-119.

2. Есперсен О. Философия грамматики /Отто Есперсен. – М.: Эдиториал УРСС; Серия: Лингвистическое наследие XX века, 2002. – 408 с. 7. Полюжин М. М. Функциональное словосложение и префиксальные ономасиологические категории в английском языке: Учебное пособие. / М. М. Полюжин, Л. Ф. Омельченко. – Ужгород : "Патент", 1997. – 100с.
3. Кубрякова Е. С. Язык и знание. На пути получения знаний о языке: части речи с когнитивной точки зрения / Е. С. Кубрякова. – М. : Ин-т языкознания РАН, 2004. – С. 390–438.
4. Bauer Laurie 2001. Compounding. In Haspelmath Martin, Ekkehard König, Wulf Österreicher & Wolfgang Raible (eds.). *Language Typology and Language universals*. Vol. 1. Berlin / New York: Mouton de Gruyter. 695-707.)
5. Downing P. 'On the creation and use of English compound noun'. / Downing, Pamela// Language 53.4. – 1977. – p. 810-842.
6. Lieber R., Scalise S. "The Lexical Integrity Hypothesis in a new theoretical universe"/Rochelle Lieber Sergio Scalise// Lingue e linguaggio V.1. 2006. – P. 7-32.
7. Selkirk, E. The Syntax of Words / Elisabeth Selkirk. – Cambridge (MA), MIT Press. – 1982. -136 p.
8. Warren B. Semantic Patterns of Noun-Noun Compounds / Beatrice Warren// Gothenburg Studies in English 41. – 1987. – 266 p.

Стаття надійшла до редакції 8.09.2015 р.

Дубравская Д.М., к. п. н., доцент
Ванивская О.И. , к. ф. н., доцент
Львовская коммерческая академия

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К АНАЛИЗУ СЕМАНТИКИ КОМПОЗИТОВ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

В статье рассмотрены основные характеристики композита как продуктивного способа словообразования в английском языке, описано классификацию композита как феномена, представлены результаты лингвистического исследования графического изображения композитов и частотности их использования в современном английском языке (на материалах Британского национального корпуса текстов (BNC). Выделены основные характеристики копулятивныых, аппозиционных, эндоцентрических и экзоцентрических композитов.

Ключевые слова: *композит; композитные модели; копулятивные, аппозиционные, эндоцентрические и экзоцентрические композиты, продуктивность, словообразование.*

Dubravska D.M. , PhD, associate professor
Vanivska O.I., PhD, associate professor
Lviv Academy of Commerce

The article examines the phenomenon of composite (compound) as the productive mean of word-formation in English. The classification of the phenomenon of composits in English is analyzed. The results of the linguistic research of the frequency of English composites are given (based on the British National Corpus (BNC). The key features of copulative, appositional, endocentric and exocentric compounds are revealed.

Keywords*: composites, composites models, copulative, appositional, endocentric and exocentric composites, productivity, word-formation.*

УДК 811.111’42

Єфименко В.А., к. філол. н., асист.,
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

МУЛЬТИМОДАЛЬНИЙ АНАЛІЗ КІНОФІЛЬМУ З КАЗКОВИМ СЮЖЕТОМ

У статті розглядається такий вид мультимодального дискурсу, як кінофільм. Пропонується аналіз фрагмента кінофільму «Синя Борода» К. Брейа із встановленням синтагматичних і парадигматичних відношень між складовими фільму та виявленням когезивних елементів, які поєднують окремі кадри в єдине ціле.

***Ключові слова**: мультимодальний дискурс, кінодискурс, модус, наративна синтагма, засоби когезії.*

У дослідженнях, присвячених аналізу кінофільмів, можна виділити декілька основних напрямків. Представники першого напрямку, серед яких Ж.-Л. Бодрі, наголошують на ідеологічній природі кінематографа і спираються на марксистську теорію фільму, семіотику та психоаналіз Ж. Лакана. У рамках другого підходу аналіз кінофільмів тісно пов’язаний з літературою завдяки використанню методів, розроблених для дослідження літературних творів. Кінофільм розглядається як свого роду текст, для аналізу якого застосовуються методи наратологічного, феміністичного, постструктуралістського, постколоніального літературного аналізу. Нарешті, третій напрямок кінодосліджень розглядає кінофільм здебільшого як об’єкт сприйняття, зокрема когнітивна кінотеорія Д. Бордвелла спирається переважно на методи когнітивістики.

Останнім часом набув поширення підхід до кінофільму як до *мультимодального дискурсу*. Мультимодальні дискурси – це дискурси, в яких два або більше семіотичних модуси взаємодіють, тим самим утворюючи значення [Baldry 2000, Kress 2001, Lemke 2003, O’Halloran 2004]. Під модусом (*mode*) мається на увазі набір семіотичних ресурсів, за допомогою яких утворюється значення [Multimodal Literacy 2003, с. 1]. В основі багатьох досліджень з мультимодальності лежить системно-функціональна теорія М. Хеллідея, яку представники сучасної соціальної семіотики виводять за межі мови й застосовують для аналізу інших семіотичних систем, зокрема кінофільмів.

Деякі дослідники при аналізі мультимодальних дискурсів використовують термін модальність (*modality*), під яким у семіотиці розуміється формат, у якому зберігається інформація. Так, дослідниця мультимодальної когезії Ч. Ценг зазначає, що у фільмі відбувається складна взаємодія різноманітних модальностей (слів, образів, звуків, кольорів тощо), з комбінації яких складається його значення [Tseng 2013, с. 1]. Г. Кресс та Т. ван Левен наголошують, що утворення значення в мультимодальному тексті (наприклад, фільмі) неможливо досліджувати без ретельного аналізу різних модальностей [Kress 2001].

Відомий дослідник кіножанру К. Метц виділяє у кінофільмі п’ять різних сигніфікативних субстанцій: фотографічне зображення, яке рухається, записаний музичний звук, записані фонетичні звуки, записаний шум і графічний матеріал, тобто прізвища

членів знімальної групи, титри, різноманітні надписи тощо [Metz 1973, с. 90]. Ч. Ценг, у свою чергу, виокремлює у кінофільмі наступні модуси: фігури (люди, місця та речі) на візуальній доріжці; письмовий текст, який можна прочитати за кадром; усне мовлення; звук і музика [Tseng 2013, с. 40].

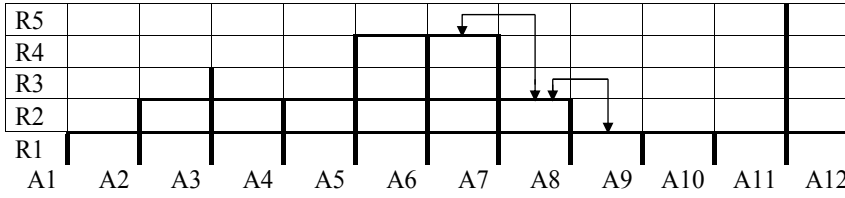
Одним із засновників сучасної теорії кіно вважається французький вчений К. Метц, який є автором «великої синтагматики» (*grande syntagmatique*) й основне завдання дослідників вбачає в аналізі синтагматичних відносин, які виникають між кадрами фільму. Дж. Бейтмен та К.-Г. Шмідт [Bateman 2012] у своєму мультимодальному аналізі кінофільмів беруть за основу базові наративні синтагми К. Метца, на які надбудовуються парадигматичні відносини, і уся ця складна конструкція утворює кінодискурс.

Метою нашої статті є проведення мультимодального аналізу кінофільму, який передбачає побудову наративних структур вищого рівня, за допомогою яких елементи фільму поєднуються у єдине когезивне ціле. Об'єктом аналізу є фрагмент з кінофільму «Синя Борода» (2008 р.) французького режисера К. Брейа. Цей фільм є сучасною адаптацією класичної казки Ш. Перро. Фрагмент, що аналізується, розпочинається на 62 хв. фільму кадром, в якому Синя Борода повідомляє дружині про свій від'їзд і передає ключі від усіх кімнат замку, включно з маленьким ключем від кімнати, входити до якої заборонено. Фрагмент складається з 12 кадрів, які ми позначимо літерою А з порядковим номером кадру, тобто від А1 до А12.

Перший з аналізованих кадрів дає нам уявлення про просторово-часовий зріз фрагменту та персонажів однієї з сюжетних ліній. Йдеться про Францію XVII ст., а саме замок, в якому мешкає Синя Борода та його молода дружина Марі-Катрін. Наступний кадр відбувається в іншому місці та містить інших персонажів: одна з двох сестер читає вголос казку Ш. Перро на горищі будинку, при цьому дія відбувається майже на три століття пізніше, в середині XX ст.. Зміна місця, часу та героїв в кадрі А2 змушує нас утворити другий синтагматичний ланцюжок, який складається з трьох кадрів (А2, А4 і А8) з ідентичними просторово-часовими характеристиками та персонажами (в цих кадрах подається лише крупний план однієї із сестер – Катрін). Єдиною відмінністю між ними є різні стадії розгортання подій в казці, яку читає Катрін. Кадр А3 знову переносить глядача до замка Синьої Бороди, але найнеочікуванішим є те, що там опиняється Катрін. Можна пояснити цей прийом бажанням дівчинки перевтілитися в героїню казки, яку вона читає. Якщо кадр А3 відбувається на східцях замка, то кадри А5, А6 і А7 вже зображують так звану заборонену кімнату. Кадри А9, А10 і А12 повертають глядача до кімнати Марі-Катрін, а кадр А11 є вставкою, на якій бачимо повернення Синьої Бороди додому. Таким чином, дія фрагмента відбувається в п'яти просторах: кімната Марі-Катрін у замку (R1), горище будинку, де двоє сестер знайшли книгу казок Ш. Перро (R2), східці замка (R3), заборонена кімната (R4), дорога, що веде до замка (R5).

На основі принципу єдності просторово-часових відношень виділяємо три синтагми, дві з яких ({А2, А4, А8} та {А5, А6, А7}) можна охарактеризувати як сцени і одну ({А1, А9, А10, А12}) – як послідовність, відмітною рисою якої є часовий проміжок принаймні між двома сусідніми кадрами. У нашому випадку мається на увазі

проміжок між моментом вручення ключів героїні в кадрі А1 до моменту відтирання крові з ключа від забороненої кімнати в кадрі А9. Графічно синтагматично-парадигматичні відношення, які існують між кадрами цього епізоду, можна представити наступним чином:



Детальніше зупинимось на відношеннях, які існують між окремими кадрами. У цьому аналізі спиратимемось на класифікацію Дж. Бейтмена та К.-Г. Шмідта, які розглядають відношення у ракурсі проекції, таксису (паратаксис або гіпотаксис) та просторово-часового плану [Bateman 2012, с. 181]. Наприклад, між кадрами А2, А4 та А8, які зображують сцену читання казки про Синю Бороду, існують гіпотаксичні відношення розширення. При гіпотаксисі кожен наступний сегмент залежить від попереднього і додає до нього певну інформацію, це тип залежності на рівні синтагми. Часові відношення характеризуються продовженням, просторові – ідентичністю (на всіх трьох кадрах зображений крупний план Катрін). Кадр А3 є прикладом проекції, яка відбувається при спогадах чи мріях персонажів: дівчинка, яка читає казку, подумки переноситься у казковий світ і ставить себе на місце героїні. Проекцією, але вже дещо іншого типу, є кадр А6, в якому ми бачимо криваву кімнату такою, якою вона постає перед очима Катрін. Якщо в цьому кадрі фокалізатором виступає героїня, то в передостанньому з аналізованих кадрів А11 фокалізація відбувається крізь хрестоподібний отвір у стіні замка, через який видно, як Синя Борода повертається додому. Але цікаво, що, хоча за законами кіножанру фокалізатором повинна була бути Марі-Катрін (адже перед цим крупним планом показане її обличчя), насправді повернення чоловіка заскочило її зненацька, бо вона продовжує відтирати ключ від крові, коли Синя Борода вже увійшов до кімнати. Тому ми розглядаємо цей кадр як приклад зовнішньої фокалізації, яка теж є проекцією. Крім того, кадр А11 є вставкою, яка «вклинюється» в сцену з відтиранням заплямованого ключа.

Часові відношення між більшістю кадрів у межах кожної синтагми характеризуються як продовження часу попереднього кадру, і лише відношення між кадрами А1 і А9 можна класифікувати як еліпсис із невизначеним часовим стрибком вперед (від моменту отримання ключів до намагання відтерти кров з ключа від забороненої кімнати). Щодо просторових відношень у межах зазначених синтагм, то вони характеризуються як інклюзивні (незмінне місце дії), відрізняючись лише збільшенням або зменшенням масштабу зображення (відношення розширення, звуження або ідентичності). Як правило, крупний план підкреслює емоційний стан персонажа (наприклад, у кадрі А10, де Марі-Катрін розглядає заплямований кров'ю ключ) та привертає увагу

глядача до окремих деталей (закривавлений поділ сорочки дівчинки, яка опинилася в забороненій кімнаті, довгі нігті на посинілих ногах мертвих дружин Синьої Бороди у кадрі А7), тим самим сприяючи скороченню відстані між глядачем та персонажем і його більш глибокому залученню до зображуваних подій .

З точки зору синтагматичних відношень виділені нами сегменти є окремими лінгвістичними явищами, проте, якщо їх розглядати в парадигмачному плані, між ними вимальовуються певні зв'язки. Зокрема, між сценою читання казки і сценою у кривавій кімнаті відбувається чергування кадрів за принципом «читання – уявляння себе на місці героїні», тоді як сцена читання казки і послідовність кадрів у замку характеризуються чергуванням «читання казки – демонстрація описаних у казці подій». Якщо зв'язок між кадрами в межах сцени або послідовності є гіпотаксичним, то між собою сцени та послідовності мають паратаксичні відношення. Встановлення зв'язків між синтагмами призводить до виявлення комплексної та цілісної структури кінофрагмента в цілому.

Окрім кінозображень, як уже зазначалося, кінофільм як мультимодальний дискурс містить інші модуси, такі як усне мовлення, звук, музика тощо. Для першого кадру характерна крос-модальна презентація персонажів, адже глядач бачить їх візуальне зображення і чує їх діалог. До речі, цей діалог героїв фільму, так само, як і монологічне читання казки й закадровий голос з наступних кадрів, мають мультимодальну природу, адже вони складаються з двох семіотичних систем: вербального змісту та звуку людського голосу. У наступних кадрах персонажі представлені як моно-модально (коли маємо справу лише з їх зображенням, як, наприклад, у кадрах А3, А6, А9, А11), так і крос-модально (у тих кадрах, де зображення супроводжується голосом). Доволі часто вербальний та візуальний модуси супроводжуються музикою, яка ідентифікується з певним персонажем. Подібні музичні лейтмотиви присутні в кінофільмі К. Брейа, проте не в епізоді, що аналізується.

Між різними модусами кінофільму існують когезивні зв'язки. Візуально-вербальна когезія має місце тоді, коли вербальні структури (репліки персонажів) відносяться до візуальних образів, що з'являються на екрані. Так, коли голос за кадром супроводжує візуальне зображення Катрін, виникає ко-референтний зв'язок між героїнею та її голосом. Візуальні та вербальні модуси подекуди поєднуються в різній послідовності. Наприклад, в одних кадрах уривок з казки передує зображенню описуваних подій (наприклад, у кадрі А2 Катрін читає, що дружина Синьої Бороди так поспішала до кривавої кімнати, що ледь не зламала собі шию, а в наступному бачимо дівчинку, яка швидко спускається сходами замку; у цьому випадку вербальний модус передує візуальному). В інших епізодах, пов'язаних з читанням книги, відбувається зворотній процес: глядач спочатку бачить певну сцену, а вже потім чує її вербальний опис (кадри А7 та А8). Часто у ролі когезивних елементів виступають дейксичні слова, локативи, вказівні займенники тощо. Наприклад, у сцені передачі ключів вербальній конструкції «цей маленький ключ» відповідає візуальне зображення ключа, який Синя Борода саме в цей момент тримає в руці.

Окрім когезивних зв'язків між різними модусами в межах кадру існують зв'язки між окремими кадрами. Наприклад, в аналізованому фрагменті подібний зв'язок

здійснюється за допомогою закадрового голосу (наприклад, читання казки в кадрі А4 плавно переходить у закадровий голос у кадрі А5, а у кадрі А7, навпаки, голос за кадром починає звучати наприкінці кадру, трансформуючись у наступному кадрі у читання книги). Окрім того, когезія будується навколо героїв фільму. Наприклад, Катрін слугує зв'язуючою ланкою, своєрідним парадигматичним містком між сценою на горищі та в замку Синьої Бороди.

До інших прийомів, які використовуються для поєднання кадрів, належить, зокрема, послідовний монтаж (*continuity editing*), при якому перехід між кадрами в межах сцени є практично непомітним для глядача. Однією зі спеціальних технік, спрямованих на досягнення цього ефекту, є монтаж за лінією погляду (*eyeline match*). Наприклад, у кадрі А5 глядач бачить Катрін, яка дивиться вглиб кімнати, а в кадрі А6 камера показує «криваву» кімнату з ракурсу героїні, тобто глядач бачить кімнату її очима. Завдяки цьому прийому встановлюється когезивний зв'язок між кадрами А5 і А6.

Таким чином, проведений аналіз свідчить, що будь-який сегмент кінодискурсу можна представити у вигляді окремих наративних синтагм, які, в свою чергу, групуються в парадигматичні структури вищого рівня. В ході дослідження були виявлені когезивні зв'язки, які складаються між різними модусами кінодискурсу та між окремими кадрами. Кінцевою метою аналізу було визначення ролі, яку відіграє синтагматично-парадигматична організація кінодискурсу в процесі його розуміння глядачами.

ЛІТЕРАТУРА

1. Bateman J., Schmidt K.-H. Multimodal Film Analysis: How Films Mean / J. Bateman, K.-H. Schmidt. – London, New York: Routledge, 2012. – 338 p.
2. Kress G., Van Leeuwen T. Multimodal Discourse / G. Kress, T. van Leeuwen. – London: Bloomsbury Academic, 2001. – 142 p.
3. Metz C. Methodological Propositions for the Analysis of Film / C. Metz [transl. by D. Matias] // Screen, № 14, 1973. – Pp. 89 – 101.
4. Multimodal Literacy / ed. by C. Jewitt, G. Kress. – New York: Peter Lang, 2003. – 196 p.
5. Tseng C. Cohesion in Film: Tracking Film Elements / C. Tseng. – Basingstoke: Palgrave MacMillan, 2014. – 200 p.

Стаття надійшла до редакції 8.09.2015 р.

Ефименко В.А., канд. филол. н., ассист.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

МУЛЬТИМОДАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ КИНОФИЛЬМА СО СКАЗОЧНЫМ СЮЖЕТОМ

В статье рассматривается такой вид мультимодального дискурса, как кинофильм. Предлагается анализ фрагмента кинофильма «Синяя Борода» К. Брейа, предусматривающий установление синтагматических и парадигматических отношений между составляющими фильма и выявление когезивных элементов, объединяющих отдельные кадры в единое целое.

Ключевые слова: *мультимодальный дискурс, кинодискурс, модус, нарративная синтагма, средства когезии.*

Yefymenko V.A., PhD in Philol., Assistant Professor
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

MULTIMODAL ANALYSIS OF FILM BASED ON A FAIRY-TALE PLOT

The article examines such type of multimodal discourse as film. The analysis of a fragment of C. Breillat's "Bluebeard" has been conducted, which includes revealing syntagmatic and paradigmatic relations among its elements and cohesive devices that connect separate shots into a single whole.

Keywords: *multimodal discourse, film discourse, mode, narrative syntagma, cohesive devices.*

УДК 81"373.2:33

Зимовець Г.В., к. філол. н., с.н.с.,
Інститут мовознавства ім. О.О. Потебні НАН України, м. Київ

МІЖМОВНІ КОНТАКТИ ЯК ОДИН ІЗ ЧИННИКІВ ФОРМУВАННЯ ЕРГОНІМІКОНУ УКРАЇНИ

Статтю присвячено розглядові іншомовного впливу в українському ергоніміконі, а саме аналізу випадків застосування для позначення підприємств латинської графіки. Авторка встановлює основні мотиваційні ознаки, які характерні для інографічних ергонімів, простежує їхню комбінаторику та функції. Крім того, у статті висвітлюються деякі аспекти мовної гібридизації в ергоніміконі.

Ключові слова: *ергонім, мотивація, запозичення, перемикання коду.*

Як відомо, запозичення є одним із продуктивних засобів поповнення словникового складу мови. Не є винятком і ономастика, іншомовні ресурси в якій є досить численними в різних розрядах, особливо в антропоніміконі, який складається значною мірою саме із запозичених одиниць. Подібною є ситуація і в серед ергонімів, тобто назв компаній і організацій, причому роль іншомовних ресурсів у різних типах ергонімів варіюється, адже назви державних установ і компаній державної форми власності більшою мірою базуються на питомих, а не на запозичених ресурсах. Натомість, комерційна ергонімія, за нашими спостереженнями, перебуває під значним іншомовним впливом. Як зазначав Ю.В. Жлуктенко, іншомовний вплив може проявлятися на різних мовних рівнях, не обмежуючись власне лексикою, яка є найвідкритішою до запозичень, але охоплюючи і фонетичну, і граматичну системи [1], що ми й спостерігаємо в ергоніміконі України, де можна виділити декілька процесів, зумовлених іншомовними впливами. По-перше, має місце активне використання лексики іншомовного походження, по-друге, ми простежуємо вкраплення неадаптованої графічно лексики, по-третє, активізації зазнає аналітичний словотвір, зокрема

використання ініціальних абревіатур та юкстапозитів. У подальшому ми докладніше зупинимося на висвітленні проблеми так званого перемикання коду, а саме представлення ергонімів у латинській графіці в довідковому виданні «Золоті сторінки 2006». Явище перемикання коду широко висвітлювалося в працях американського лінгвіста Е. Хаугена, який розглядав його як одну з ланок процесу запозичення, яка передує інтерференції та інтеграції, зазначаючи при цьому що цей процес має характер континууму [5: 69]. Загалом, перемикання коду має місце в спонтанному мовленні за необхідності передачі нової для мовця реалії, тому виникає питання, чому в зазначеному довіднику відбувається перехід на латинську графіку (що власне є одним з маркерів перемикання коду) та які саме суб'єкти економічної діяльності представляють себе, спираючись на іншомовні ресурси. У нашому корпусі, зібраному в зазначеному довіднику, ми відібрали для аналізу 564 одиниці, представлених у латинській графіці. На нашу думку, написання латинською графікою в зазначеному джерелі зумовлене декількома причинами. З одного боку, ідеться про представлення в ньому назв іноземних компаній, які в Україні працюють у формі представництв, а не повноцінних суб'єктів господарювання, без включення до відповідних державних реєстрів, вимогою яких є використання української абетки в назві. З іншого боку, деякі власне українські компанії також подають свої назви до зазначеного довідкового видання в латинській, а не кириличній графіці, що, припускаємо, є проявом орієнтації на закордонних партнерів/споживачів або визначається орієнтацію на цінності глобалізованого світу. Мовами-джерелами виступають, передусім, англійська, яка значно випереджає всі інші, на другом місці німецька, що, на нашу думку, відображає інтенсивність економічних зв'язків саме з цією країною, на третьому латина як традиційна європейська лінгва франка. Поодинокі приклади запозичень засвідчені також з таких мов, як італійська, французька, польська тощо.

Характер мотивації одиниць розглянутої групи ергонімів принципово не відрізняється від назв у кириличному написанні, тобто ми спостерігаємо такі основні мотиваційні ознаки: предмет діяльності, місце діяльності, адресат, адресант, символічна мотивація, що загалом збігається з даними інших дослідників українського ергонімікону [2; 3; 4; 6; 7]. Основними мотиваційними ознаками є предмет і місце діяльності, які можуть поєднуватися одна з одною, а також супроводжуватися іншими. Зазвичай ергоніми є багатокомпонентними утвореннями, до складу яких входить дві або більше лексеми або корені, тому наявність у них декількох мотиваційних ознак є радше нормою, аніж винятком. Розглянемо, які саме мотиваційні ознаки є типовими і найчастіше комбінуються. Предмет діяльності присутній у структурі ергоніма в 296 випадках. Ступінь точності окреслення предмету діяльності, безумовно варіює від досить вузького і точного (*Climate control, Apartment service, Camion tyres, Day-spa, Lingerie S, Sales personnel*) до досить широкого (*Meat service* (обладнання для м'ясної промисловості), *Publicity creating* (рекламно-консультаційний центр), *Vizart* (архітектура та архітектурні проекти), *Citexchange* (центр інноваційних технологій), *System integration service* (комп'ютери), а також випадків позначення компанії лексемою, яка належить до тематичного поля, яке корелює з відповідним предметом діяльності (медичний центр *Alcat* (від назви медичного тесту *Antigen Leukocyte Antibody Test*), *Enter*

(інтернет-клуб), *Navigator*™ (пасажирські перевезення), *Plumbum* (металеві вироби), *Avanti Hotel Service*, *Week-end* (гральний бізнес: обладнання), *Aqua-vitae* (міжнародний екологічний фонд), *Dr.Aaquarius* (системи та обладнання для водоочищення). Відзначимо також нетривіальні випадки побудови назви шляхом онімізації цілого речення: *What hifi?* (журнал про відео і звук), *We r. Signs Kiev* (оформлення магазинів), *We r. Supply* (матеріали та обладнання для виготовлення реклами), *I love you* (періодичне видання відповідної тематики). Зазначимо, що за такими номінаціями стоїть реалізація відмінних функцій у залежності від типу речення за комунікативним наміром. Якщо в першому випадку питальне речення передусім виступає в апелятивній функції, спрямованій на адресата повідомлення та, відповідно, залучення його до діалогу, то наступні речення радше виступають як засіб реалізації експресивної функції самовираження адресанта. Відзначимо також елементи мовної гри в другому та третьому прикладах, де один з елементів прочитується не фонетично, а як силабограма. Предмет діяльності в одному випадку позначається також за допомогою парафрази: *Little one* (рекламно-сувенірна продукція), що нав'язує трактування сувенірних виробів як «дрібничок» з відповідними оцінними конотаціями.

Локативна ознака практично не виступає єдиним мотиватором ергонімів у латинській графіці. Однак загальна вага локативного компоненту є високою, оскільки він присутній у 120 номінаціях. Типовою є комбінація двох основних мотиваційних ознак – предмета та місця діяльності. В одних випадках має місце поєднання предмета діяльності з топонімом або відтопонімним прикметником. При цьому слід розрізняти декілька основних моделей мотивації. По-перше, використовується топонім *Україна/ Ukraine*, який виступає не лише у функції характеристики місця діяльності, що має місце у разі звуження території діяльності іноземних компаній (*AIESEC in Ukraine*). У разі українських компаній, на кшталт *Депо-Україна* (автомобілі), *Consulting Ukraine, Ukrainian Journal Of Business Law, Assist Ukraine,* використання топоніма, очевидно, пов'язане не стільки з визначенням території діяльності, а радше з вираженням національної ідентичності номінатора. По-друге, українські ойконіми окреслюють місце діяльності підприємства (*Apartments Kyiv, Sumy Electron Optics*). По-третє, іншомовні топонімічні компоненти вказують на країну походження компанії, що передусім типово для назв авіакомпаній. *American Express Travel Services, Finnair, KLM Royal Dutch Airlines, Tax Consulting U.K.* По-четверте, іншомовні топоніми визначають територію діяльності підприємства поза межами України: *Asia Group Ltd, CIS-Trans Ukraine, Western NIS Enterprise, Fund Ost-West Technology.* По-п'яте, іншомовні топоніми виступають у символічній функції, виражаючи ціннісні орієнтації номінатора та надаючи назві ореолу незвичності, належності до віддалених світів (*Джурбі Вотер Тех* (назва округу в Ірландії), *Sherborne Hotel* (місто у графстві Дорсет). Аксіологічну семантику вбачаємо в разі використання компонента *euro*: *Europcar.* Найменування іноземних компаній, поряд з локативним компонентом і позначенням предмету діяльності, в ряді випадків містять компонент з довільною семантикою, який, очевидно, виконує ідентифікуючу роль розрізнення підприємства від інших, які працюють у цій самій галузі: ***SKF*** *Eurotrade AB,* ***Corstjens*** *Worldwide Movers Kiev,* ***Daewoo*** *Electronics Юроп ГмбХ,* ***Economou*** *International Shipping Agencies Ltd.*

В інших випадках мотиваційна ознака «предмет діяльності» поєднується із апелятивами просторової семантики різного наповнення, які зазвичай вказують на глобальний або міжнародний вимір діяльності компанії. Лише в поодиноких прикладах спостерігаємо позначення реального місця діяльності, як-от *City express* (кур'єрські послуги). Як правило, просторовий компонент виступає радше в ідеологічній функції, маючи занадто широку референцію: *Ad-world* (поліграфія), *International Cargo service* (транспортно-експедиційні послуги), *Interprojekt* (складські послуги, склади). Відзначимо, що в деяких випадках просторовий компонент характеризує одночасно і предмет, і місце діяльності: *World service* (туристичні послуги),

Другою за частотністю є комбінація мотивації за предметом або характером діяльності з окресленням типу підприємства або його юридичної форми: *Au-pair agency, Export-import betrieb* (меблі), *Life-clinic* (медицина), *Translation agency Vedi*. Загалом мотиваційна ознака «тип підприємства» наявна в 126 назвах. Особливо відзначимо використання в ергонімах позначень юридичних форм підприємств інших країн, на кшталт, *AV engineering Ltd, Connect insurance services Ltd, Fishing company S.A., Aluplast GmbH*). З позиції українського законодавства такі компоненти не є позначенням юридичної форми. Очевидно, що в Україні вони виступають позначеннями неукраїнського походження компанії або її орієнтації на зовнішні ринки. Проміжну позицію між локативною семантикою та позначенням типу підприємства займають назви, які містять апелятив на позначення типу приміщення, як-от: *Paper House, Baghouse* (шкіргалантерея), *Art-Studio M, Marketing Lab* (маркетингові дослідження). Мотиваційні ознаки «місце діяльності» та «тип підприємства» в ряді ергонімів поєднуються: *Global Inform Company* (інтернет-провайдери), *International Finance Corporation*.

У ряді випадків предмет діяльності супроводжується аксіологічним компонентом різного характеру. Зокрема, спостерігаємо такі типи оціночних значень: 1) загальна оцінка: *Best apartments, Retail-expert* (рекламне агентство), *Goodroad* (автомобілі), *Data lux* (комп'ютери); 2) прагматична оцінка (*Print quick* (поліграфія: послуги), *Real service* (автосервіс: обладнання), *Monolit internet service provider*; 3) естетична оцінка (у т.ч. як компонент предмета діяльності): *Beautytime* (газета), *Art line* (рекламне агентство); 4) параметричні прикметники в аксіологічному значенні: *Toptour* (туристична компанія), *Grandmobile* (мобільний зв'язок). Оцінних значень контекстуально набувають також дескриптивні слова, наприклад, *Axioma design studio*, *Champion motor oil*, C*omilfo executive search, Golden staff* (рекрутингова агенція). Відзначимо незначну роль прагматичної оцінки, на відміну від ситуації з аксіологічною мотивацію, яку ми спостерігаємо в нашому корпусі загалом.

У деяких ергонімах зустрічаємо компоненти, які не демонструють семантичних зв'язків у лексичній системі. Подібний характер семантики можна умовно визначити як довільний з позиції адресата. Як правило, такі компоненти супроводжують компонент із експліцитними семантичними зв'язками. Уважаємо, що наявність таких елементів виконує передусім функцію ідентифікації конкретного підприємства, вирізнення його з-посеред інших. Довільний компонент, зокрема, поєднується з позначенням предмета діяльності: *D.V. Групконсалтинг, Dfoto* (журнал), *ITB Advertising, M & S Forwarding Company* (транспортно-експедиційні послуги), *S-Аудит, Wef-Trans,*

ACD-Експресс (кур'єрські послуги), *D-Link* (комп'ютерні мережі). Однак у більшості випадків ідеться про використання назви материнської компанії, яка містить компоненти, що вказують або на предмет діяльності (*Fuji Digital Imaging, Mitsubishi Motors, Tietoenator Financial Solutions*), або на місце діяльності (*Neumann Elektronik Osteuropa, Nissan Motor Ukraine*), або тип підприємства (*Cheil Communications Inc., Fujitsu Siemens Computers GmbH, Philips Electronics Representative Offices B.V., Polo Handels AG, Lagerservice GmbH)*.

Мотиваційні ознаки адресанта і адресата не є частотними в ергоніміконі і рідко виступають окремо (відповідно 32 та 9 прикладів у нашому корпусі). Зустрічаємо декілька відантропонімних назв (*Johnson controls* (виробництво кондиціонерів), *Roman's creative kitchen*, *Delina* (поліграфія), *Asna travel)*, які радше виступають у символічний функції, а не є позначенням конкретного адресанта. Особливо яскрава ця функція проявляється в разі застосування прецедентного імені (*Adam Smith Advertising*). Крім відантропонімних назв, адресант характеризується за професійною ознакою (*La prima model management*, *Ukrainian and international artists* (святкові заходи), агентство знайомств *Angels of love*), або через лексему аксіологічної семантики (арт-бутик *Maestro Colore*). Адресат виступає як одна з мотиваційних ознак у таких ергонімах: *Intourist Ltd*, *Business guest* (готель), *Estet* (дизайн-студія), *Iron man* (тренажерний зал), *You professional* (журнал).

У ряді випадків мотиваційна ознака «предмет діяльності» взагалі відсутня в семантичній структурі ергоніма, натомість реалізується та або інша комбінація мотиваційних ознак, передусім, найменування материнської компанії з позначенням типу підприємств та/або місцем діяльності: *AIG Україна*, *Cabot-Лівобережний, Coface Igk Ukraine, Henkel-Україна, Shell East Europe Company Ltd, Istobal S.A.-Україна, Sony Overseas S.A., Invesa Internacional S.A., Ayala International Ltd., BPA International (UK) Ltd., Siemens AG.* Зазначимо, що перший компонент останнього ергоніма в мові-джерелі має відантропонімний характер. Безумовно, що багато з таких назв материнських компаній є відомими в Україні широкому загалу і вони вже мають певний конотативний ореол, який базується на сприйнятті їхньої діяльності та продукції споживачами.

Продуктивність інших комбінацій є значно меншою. У нашому корпусі наявні такі випадки поєднання ознак: 1) локативний компонент та окреслення типу підприємства (*SU Group* (шведська компанія), *Deutz AG* (назва району в Кельні); 2) позначення типу підприємства та топонім (журнали *Partner from Ukraine*, *Elle-Україна).* Перший компонент в ергонімі *Select Black Sea Ltd* (туристичні послуги) має подвійну інтерпретацію, або як аксіологічного компонента, або як імперативу в апелятивній функції.

Аксіологічна ознака, як вже зазначалася раніше, може поєднуватися з усіма основними мотиваційними ознаками, такими, як предмет і місце діяльності. Її вага як мотиваційної ознаки ергонімів є досить великою – 77 номінацій. У деяких випадках вона виступає самостійно: *All Plus Together* (готель), *Best* (бюро перекладів; готель), *Lucky Use* (рекламна агенція)*, Neolux* (виробництво меблів), *Paradis* (приватний пансіонат).

Позначення типу підприємства як окрема мотиваційна ознака самостійно не виступає, що, є цілком логічним, оскільки вказівка лише на організаційну форму не може забезпечити ідентифікації суб'єкта діяльності, тобто тієї функції, яка є

основною для розгляданого типу онімів. У поєднанні з іншими ознаками вона є дуже продуктивною, виступаючи в корпусі 126 разів. Типовими комбінаціями є поєднання вказівки на тип підприємства та предмет і місце діяльності, які вже розглядалися вище, а також деякі інші, зокрема доповнення зазначеної ознаки такими компонентами: 1) оцінка (*Unilab Ltd*, магазин *Grand Gallery*; 2) антропонім (*Alex-Group, A.Friedr. Flender GmbH*); 3) символічний компонент (*Agency Triada*), 4) компонент з довільною семантикою (*Імко Ltd, Atf-Group*). Окремо має сенс виділити групу назв, які містять позначення юридичної форми у складі найменування материнської компанії: *Basf AG, CPL Group, Cross-Trade LLC, Itochu Corporation, Isotronic Mezger KG.*

Символічна мотивація є досить продуктивною в розгляданому класі (53 випадки). Такі назви не характеризують діяльність підприємства, а, на нашу думку, виступають засобом реалізації системи цінностей номінатора: *Marshall (меблева фабрика),* будівельна компанія *Proxima, Rara Avis* (консалтингові послуги), *Zeta* (Кондиціонери). Така мотивація реалізується як окремо, так і в поєднанні з іншими мотиваційними ознаками, на що вже вказувалося вище. Для подібних назв характерним є значний за обсягом і нечітко визначений асоціативний потенціал, що створює можливості для сугестивного впливу.

Значна кількість ергонімів у латинській графіці є найменуваннями материнських компаній, які не містять вказівок на характер діяльності підприємства або систему цінностей (124 випадки): *Carlex, Claas, Iveco, Lacoste, Oras Oy*. Вони мають незначну кількість зв'язків з іншими одиницями мовної системи, причому в мові-джерелі такі назви можуть мати семантичні зв'язки, які є затемненими при перенесенні на український ґрунт. Так, ергонім *CEZ* є абревіатурою від *České Energetické Závody*, *TESEC* – від *European Centre of Technological Safety,* компонент ергоніма ***For****intos* (експрес-доставка вантажів) корелює з предметом діяльності, містячи сему руху, просування вперед.

Слід відзначити той факт, що позбавлені семантичних зв'язків ерг оніми, представлені в довіднику в латинській графіці, у ряді випадків не є запозиченнями найменувань іноземних компаній, а утворюються на українському ґрунті: *Antargo, Doki, Nevi, Relby, Tris, Vels*. Очевидно, подібну модель слід розглядати як загальний каталітичний іншомовний вплив щодо утворення комерційних найменувань, чиї зв'язки в мовній системі не є експліцитними, що відкриває для них більші можливості для створення будь-якого бажаного іміджу без семантичних обмежень, які накладають лексеми реальної мовної системи.

Іншою стратегією утворення назв із розмитими зв'язками в мовній системі є використання різних типів модифікацій існуючих мовних одиниць, що, з одного боку, дозволяє зберегти загальну вказівку на предмет діяльності, а з другого – забезпечує назві оригінальність звучання. Відносимо подібні випадки до стратегії мовної гри, яка, як відомо, на сучасному етапі є одним із істотних чинників комунікації. Так, наприклад, такі ергоніми, як аутсорсинговий контакт-центр *Contactis*, стоматологічна клініка *Dentera*, *Itelligence* (консалтингові послуги), *Visage Publicis* (маркетингова компанія) містять компоненти, які корелюють із предметом діяльності. Назва *Inwent* (навчання за кордоном) відкриває можливості для подвійного

прочитання: або як алюзії на пересування (від англ. форми дієслова *went*), або як аксіологічної характеристики інноваційності. Відзначимо також цікавий приклад трансформації латинського вислову *Persona Grata* (агенція з працевлаштування) та семантизації ергоніма на рівні графічного представлення в логотипі, коли ергонім *Watton* членується на компоненти *watt +on*, що забезпечує вказівку на референтну зону (теплопостачання та опалення).

Каталітичний іншомовний вплив убачаємо також у тому, що деякі із ергонімів, представлених латинською графікою, було утворено від українських лексем: *Plod-Agro* (сільськогосподарська техніка), *Nove Vikno*, *Lad-Print* (поліграфія), студія *Buzok*, транспортна компанія *Leontev.* Така стратегія, на нашу думку, визначається чинником престижності належності до глобалізованого світу, а не реальною спрямованістю підприємства на міжнародні ринки, оскільки в більшості випадків цільовою групою компаній є внутрішній ринок.

Наприкінці ми б хотіли зупинитися на ще одному аспекті специфіки мовного контактування, яке спостерігаємо в українському ергономіконі. Як відомо, матеріальні наслідки процесу запозичення можуть мати відмінний характер. Зокрема, Е. Хауген видялів три їх такі типи: запозичені слова (loanwords), запозичені суміші (loanblends) та запозичені зміщеня (loanshifts) [8]. Під запозиченими сумішами він розумів поєднання в одній одиниці компонентів двох мов – мови-джерела і мови-реципієнта. Зазначимо, що для українського ергономікону характерні подібні гібридні утворення. Насамперед ідеться про продуктивну модель поєднання позначення типу підприємства питомим українським словом та назви зарубіжної компанії в латинській графіці: *Укравтоцентр Citroën, Автосалон Skoda, Інформаційний центр Xerox, Автосалон Land Rover, Автодім Toyota, СТО Iveco*. Подібна зміна графіки спостерігається також і в інших прикладах: *D.V. Групконсалтинг, Start-Поліграф, Asbis-Україна*. Такі графічні гібриди, мабуть, виконують функцію привернення уваги до назви, оскільки перехід з однієї графіки на іншу, безумовно, потребує більших ментальних зусиль, а отже, і забезпечує вищий ступінь впізнаваності. Більше того, спостерігаємо таке варте уваги явище, як наявність в одному ергонімі елементів двох різних мов, що має місце в таких випадках, як: *Domus Design* (видавництво), *Alles Business Auto* (пасажирські перевезення), *Perekhid Media Limited* (рекламні послуги). Таке перемикання кодів є проявом стратегії мовної гри, яка ґрунтується на зіткненні різних мовних кодів, що, мабуть, є відображенням мозаїчного характеру сучасного світу комунікацій.

Таким чином, проаналізований матеріал засвідчив, що інографічні ресурси в українському ергоніміконі мають ті самі мотиваційні ознаки, що й найменування в кириличній графіці. Однак для них більшою мірою є характерна персуазивна функція та потенціал сугестивного впливу. Високий процент подібних назв у довідковому виданні є свідченням значного проникнення до економічної сфери глобалізаційних процесів та їхнього віддзеркалення в мові. Зазначимо також, що відтворення назв у латинській графіці притаманне, передусім, міжнародним компанія та підприємствам транспортної, комп'ютерної, рекламної, медійної сфер, агентствам з нерухомості, назвам журналів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Жлуктенко Ю.О. Мовні контакти / Ю.О. Жлуктенко. – К.: Вид-во КДУ, 1966. – 134.
2. Кутуза Н.В. Структурно-сеантичні моделі ергонімів (на матеріалі ергономікону м. Одеси) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філ. наук : 10.02.01 «Українська мова» / Н.В. Кутуза. – Одеса, 2003. – 18 с.
3. Петрашик Ю.М. Ергонімія Тернопільщини кінця ХХ – початку ХХІ ст. : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філ. наук : 10.02.01 «Українська мова» / Ю.М. Петрашик. – Чернівці, 2013. – 20 с.
4. Соколова Л.Н. Типи мотивованості ергонімів (на матеріалі ергонімів м. Києва) / Л.Н. Соколова. – Мовознавство. – 1993. – № 6. – С. 65-69.
5. Хауген Э. Языковой контакт / Э. Хауген // Новое в зарубежной лингвистике. – М.: Прогресс, 1972. – Вып. . 6. – С. 61-80.
6. Цілина М.М. Ергоніми м. Києва: структура, семантика, функціонування : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філ. наук : 10.02.01 «Українська мова» / М.М. Цілина. – Київ, 2006. – 23 с.
7. Шестакова С.О. Лексико-семантичні інновації в системі української номінації (на матеріалі ергонімів і прагмонімів) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філ. наук : спец. 10.02.01 «Українська мова» / Шестакова Світлана Олександрівна ; Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна. – Харків, 2002. – 20 с.
8. Haugen E. / E. Haugen. – The Ecology of Language. – Stanford: Stanford University Press. – 366 p .

Стаття надійшла до редакції 8.10.2015 р.

Зимовец Г.В., к. філол. н., с.н.с.,
Институт языковедения им. А.А. Потебни НАН Украины, г. Киев

МЕЖЪЯЗЫКОВЫЕ КОНТАКТЫ КАК ОДИН ИЗ ФАКТОРОВ ФОРМИРОВНИЯ ЭРГОНИМИКОНА УКРАИНЫ

Статья посвящена рассмотрению иноязычного влияния в украинском эргонимиконе, а именно анализу случав применения для обозначения предприятий латинской графики. Автор устанавливает основные мотивационные признаки, характерные для иографических эргонимов, прослеживает их комбинаторику и функции. Кроме того, в статье освещаются некоторые аспекты языковой гибридизации в эргонимиконе.

Ключевые слова: *эргоним, мотивация, заимствование, переключение кода.*

Zymovets G., Ph.D. (Philol.Sc.), Senior Research Staff Member,
O.O. Potebnya Institute of Linguistics, NASU, Kyiv

LANGUAGE CONTACTS AS A FACTOR OF BUSINESS NAMES FORMATION IN UKRAINE

The article deals with analysis of foreign influence in Ukrainian business names, i.e. cases of businesses designations by using Latin alphabet as opposed to traditional Cyrillic one. The author reveals the main motivation patterns that are typical for business names in Latin graphics, traces their combination potential and functions. Moreover, the article highlights several aspects of language hybridization in the field of business names.

Keywords: *business name, motivation, borrowing, code switching.*

УДК 811.161.2

Ісакова Є.П., к.філол.н., доц.,
Донбаська державна машинобудівельна академія, м. Краматорськ

ЛІНГВОКОГНІТИВНІ ОСОБЛИВОСТІ НАВЧАЛЬНИХ САЙТІВ ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСІВ

У статті пропонується лінгвокогнітивний підхід до аналізу структурних, семантичних, прагматичних особливостей організації Інтернет сайтів з вивчення іноземних мов. Лінгвістичні та екстралінгвістичні засоби досліджуються в аспекті їх ефективності в репрезентації інформації і досягнення комунікативно-прагматичного успіху в даному виді Інтернет-комунікації.

Ключові слова: *лінгвікогнітівний підхід, гіпертекст, полікодовий текст, освітній дискурс, ефективність, ергономічність.*

У сучасному світовому інформаційно-комунікативному просторі значну роль відіграє Інтернет-комунікація. Інформативна оперативність, свобода вибору, необмеженість доступу до будь-якої інформації та розширення комунікативних можливостей зумовлюють той факт, що Інтернет стає не тільки одним з головних джерел отримання інформації, але й посередником, "помічником" людини у здійсненні різних видів комунікативної діяльності, які раніше вона виконувала без застосування комп'ютерів та Інтернет-мережі. Дійсно, такі види активності як Інтернет–листування, Інтернет–шопінг, Інтернет–тікетинг та інші надають людині значно ширше коло можливостей за рахунок зменшення зусиль та затрат часу.

У сучасному глобалізованому та швидкому житті актуальності набуває можливість оперативного отримання будь-якої інформації, що робить Інтернет необхідною складовою нашого повсякденного життя та зумовлює розширення його меж за рахунок нових форм Інтернет-комунікації. Хоча книги, телебачення, преса і залишаються важливими інформаційними засобами, Інтернет стає найбільш змістовним, доступним та швидким джерелом інформації. З метою отримання повної інформації та економії фізичних та розумових зусиль людина звертається до Інтернет-мережі все частіше, розширюючи тим самим сфери Інтернет активності.

Однією з таких сфер, яку поступово опановує Інтернет, є освіта людини. Можливість безпосереднього обміну інформацією надає змогу застосовувати передові та актуальні матеріали в учбовому процесі. Широкі змістовні можливості та відносна легкість в оперуванні Інтернетом забезпечують формування навчальної активності у студентів, учнів, дають змогу задовольнити інформаційні потреби у повному обсязі, а також формують навички самоосвіти у людини.

Метою даного аналізу є лінгвокогнітивна організація навчальних сайтів Інтернет мережі, а саме сайтів навчання іноземним мовам. Інтеграційні процеси сучасності роблять мовне питання одним з ключових. Необхідність опанування іноземної мови постає не тільки перед учнями, студентами, але й перед висококваліфікованими спеціалістами як одна з головних передумов їхнього подальшого професійного росту. В цьому аспекті набувають значущості мовні Інтернет сайти, які

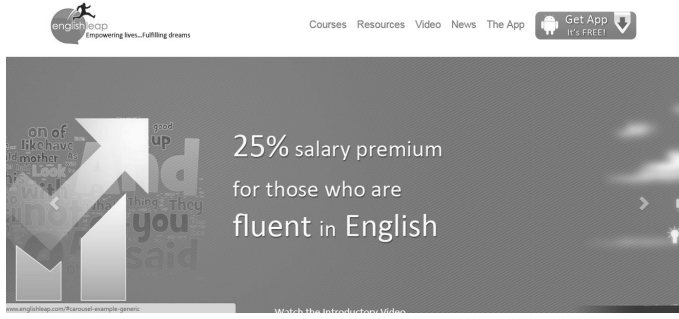
можуть запропонувати людині навчальний процес, що розробляється і підтримується висококваліфікованими спеціалістами (переважно носіями мови) у зручному змістовному форматі (учень сам, як правило, обирає напрямок навігації по сайту) без обмежень щодо часу (користувач сам визначає розклад занять), віку, соціальних, професійних характеристик користувача.

Освітній дискурс в лінгвістиці розглядається як інституціональний дискурс, що характеризується статусно–рольовими відношеннями учасників спілкування (вчителя та учня), а також монополією вчителя на ведення комунікації. На відміну від цього більшість Інтернет-сайтів з вивчення іноземних мов відрізняються тональністю доброзичливості та партнерства, ненав'язливого керування учбовим процесом. Доброзичливий емоційний фон комунікації допомагає стимулювати спілкування, зняти певні бар'єри, сформувати позитивне враження та відчуття довіри у користувача. Поняття доброзичливості є одним з ключових. Воно виступає обов'язковим якорем в практиці НЛП, який передається через доброзичливий образ співрозмовника. Такий образ може бути сформований за допомогою усмішки (несвідомого елементу привітливості та відкритості), певних жестів, поз та обстановки комфорту і доброзичливості. [5]

Одним з прийомів створення позитивної атмосфери веб-спілкування на мовних сайтах стає демонстрація реальних фото охайних та доброзичливих вчителів сайту, знайомство з якими сугестивно впливає на користувача і налаштовує його на співпрацю з даним сайтом. Під час спілкування людина сприймає не тільки те, що чує, але й інші нюанси поведінки, навіть на підсвідомому рівні. Органи відчуття людини отримують певні емоційно забарвлені сигнали, які залишаються в підсвідомості та визначають його ставлення до комуніканта, а також до інформації, яку той намагається донести. З точки зору психології усмішка є сигналом установки «Я – ваш друг». Люди з доброзичливою усмішкою та приємним виразом обличчя автоматично починають сприйматися як однодумці. А якщо людина викликає позитивні емоції, то вона вільно чи невільно формує атракцію [1].

Лінгвістичний аналіз Інтернет сайту безпосередньо пов'язаний з питанням Гіпертексту, тобто системою, ієрархією текстів, які одночасно складають єдність і множину текстів [Руднев 1997, 69] та з'єднуються спеціальними лінками і дозволяють користувачу самому визначати напрямок руху по веб-сторінці. Саме гіпертекст забезпечує функціонування великого об'єму інформації в електронному просторі.

Навчальні мовні сайти виступають як повноцінні гіпертексти, що забезпечують функціонування великого обсягу інформації у формі полікодового, креолізованого нелінійного тексту. Найбільш змістовною на таких сайтах є перша сторінка, яка виконує різні функції, в тому числі рекламну, інформативну, прагматичну, емотивну та фатичну. Головна сторінка – це змістовно насичена, візуально атрактивна візитна картка сайту. Найбільш атрактивним місцем сторінки є верхня частина, здебільшого верхній лівий кут, де розміщується, як правило, назва самого сайту та його логотип. Назви сайту відрізняються експліцитністю, привабливістю та застосуванням різних засобів параграфеміки (кольорів, різних шрифтів, анімації, тощо). Практично в назві кожного сайту містяться лексеми *language, learn, study* або назва мови, якщо сайт пропонує послуги навчання одній мові, наприклад: ABA English (Americas and British

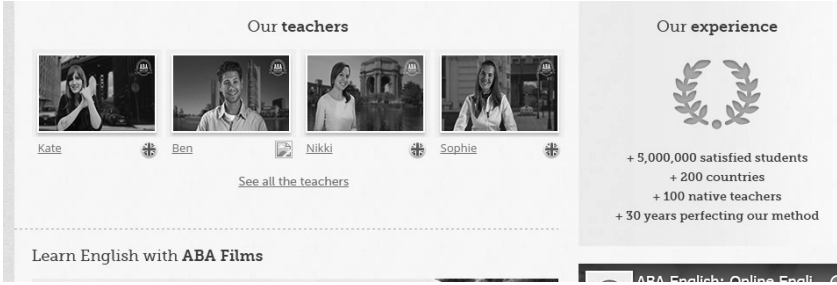


Малюнок 1. Презентація тріади "назва сайту – логотип сайту – слоган сайту"

Academy) (7), Englishleap (8), BBC languages (9), German.about (10), Learn Korean (11). Назва сайту може дублюватись абревіатурами, наприклад: LE Learn English (12), UE Using German.com (13), які в свою чергу виділяють кольором або типом шрифту і стають свого роду eye-catchers. Локація логотипу також підкріплена паралінгвістичними засобами – варіативністю шрифтів, кольорів, застосуванням фото або малюнків, які виконують роль семантичного повтору інформації в логотипі або в слогані. Наприклад, логотип сайту English leap (8) дублюється малюнком людини, яка стрибає вперед.

Сам стрибок уперед, а не назад або вниз, несе в собі позитивну оцінку сайту й імпліцитно навіює користувачу думку про успішність перспективи співпраці з даним сайтом. Дане навіювання підсилюється і слоганом *"Empowering lives…..fulfilling dreams",* що розміщений під логотипом сайту. Повтори, в тому числі лексичні (лексем *learn, study*) і семантичні, надають висловлюванням ознаку додаткового переконання. Вони стають свого роду бар'єром проти інших протилежних думок и таким чином зводять до мінімуму процес осмислення і швидко перетворюють думку на дію [Костина 2006, 115].

У слоганах можна простежити дві основні стратегії подання інформації та заохочення до співпраці потенційного користувача – створення позитивного професійно-якісного іміджу сайту, співпраця з яким безперечно дозволить відвідувачу підвищити рівень знання мови і життя в цілому, або підкреслення можливості отримати знання безкоштовно чи за малу плату. Для реклами сайту застосовується лексика з позитивною оціночною семантикою, суперлативи, наприклад: This is **the Best way** to learn German online (14). Learn English with **the World's best videos** (15). Learn English with **Expert teachers** (13). You can speak **Excellent** English (8). Навіювання інформації також відбувається за допомогою виділення суперлативів шрифтом або кольором та застосування імперативних конструкцій. Імідж професійності і надійності навчального сайту підтримується фактичною інформацією, що надається на самій сторінці нижче, наприклад:



Малюнок 2. Фото доброзичливих вчителів та репрезентація фактичної інформації про якість послуг сайту (7)

Дана інформація підкреслює досвідченість та популярність Інтернет-ресурсу. В поданому прикладі позитивна оцінка роботи сайту підсилюється також наявністю знака "+", що на базовому ментальному рівні людини є виразником концепту «добре».

Поширеною є також тактика демонстрування "зворотнього зв'язку", а саме надання позитивних відгуків інших користувачів сайту з вказівкою їхніх імен, віку, професії, що «підкреслює» правдивість і актуальність даної інформації. Як правило, сегмент «зворотнього зв'язку» займає атрактивну позицію на сторінці та виділяється різноманітними невербальними засобами. Поширеність та семантичний повтор оціночної лексики з яскраво вираженою позитивною конотацією, підкріплення її фактичною інформацією, застосування імперативу демонструє стратегію прямого переконання потенційного користувача у необхідності працювати з даним сайтом.

Тема безкоштовності користування сайтом реалізується здебільшого лексемами free, low-cost та їх семантичними повторами, наприклад: *Learn English speaking*

Малюнок 3. Структурно-семантична організація першої сторінки сайту.

FREE with TalkEnglish.com (17), FREE online language learning (18), All People should be able to learn any world language for FREE (15). Тактики створення професійного іміджу сайту та підкреслення можливості отримати навчання недорого можуть поєднуватися в одному слогані, наприклад: *The world's best low-cost English e-learning applications,Learn French for free since 1999 (19).*

Як правило, структурно перша сторінка навчального сайту складається з 2-3 вертикальних частин. Найбільш атрактивну частину Інтернет простору (праву колонку) займають сегменти рекламного характеру, додаткові відео- та аудіоматеріали, тобто інформація спрямована на привертання уваги широкого кола користувачів. Привабливість цієї частини веб-сторінки підсилюється невербальними засобами (різним шрифтом, яскравими кольорами, анімацією, відео та аудіо-матеріалами, тощо). Спеціалізована інформація розміщується в лівій та/ або центральній площині сторінки, якщо вона поділена на 3 частини. Увага приділяється таким питанням, як вибір мови для навчання, визначення рівня знання іноземної мови, відповіді на загальні заохочувальні питання типу: для чого вчити іноземні мови, як швидко вивчити другу іноземну мови та інші. Дана інформація може подаватися у вигляді простого тексту, який займає всю площину сторінки, або як тематичні сегменти у вигляді тріади «заголовок – фото/ малюнок/ графіка – резюме/ ключові слова» з можливістю розгортання даного тексту за допомогою гіперпосилань.

Заголовки, як правило, відрізняються стислістю, експліцитністю та синтаксичною різноманітністю. Відомо, що навіювання передбачає використання як усвідомлених, так и неусвідомлених елементів. Результатом навіювання може бути переконання, яке настає без логічних ментальних операцій та доказів [Костина 2006, 115]. Застосування запитальних речень саме і спрямоване на приховану атракцію уваги читача, пробудження його інтересу, залучення до інтеракції на ментальному рівні та навіювання думки щодо початку самого навчального процесу.

Іншим прийомом впливу на думку реципієнта щодо початку роботи с сайтом є використання прийменників your, we, our. За допомогою цього створюється ефект інклюзивності (об'єднання адресанта і адресата в одну групу) та здійснюється навіювання думки про приєднання користувача до даної спільноти (сайту). Апелювання до базової ментальної опозиції «Моє/ не моє», яка є однією з базових опозицій сприйняття індивідом світу і важливим фактором формування його ставлень та оцінок, допомагає авторам сайту сформувати у користувача позитивне ставлення до поданої інформації (сайту).

Гипермедійні зв'язки або зв'язки-заголовки, що не мають рекламного характеру, а відображають безпосередньо навігаційну карту сайта, розміщуються або вгорі після логотипу, або зліва на сторінці. Вони можуть бути виділені кольором або шрифтом, але не виконують ролі атрактивів (об'єктів, що відразу приваблюють увагу читача) веб-сторінки. Слід також зазначити, що спеціалізовані тематичні сегменти мовних сайтів (граматичні, лексичні розділи, правопис, тощо) не є перенасиченими засобами підвищення атрактивності інформаційної площини. Недоцільність їх активного застосування можна пояснити тим, що дані розділи сайту орієнтовані на вже зацікавленого читача, який налаштований на ознайомлення та вивчення конкретного

інформаційного блоку. Інформаційна насиченість учбових блоків сайту, навпаки, змушує авторів будувати їх з урахуванням принципів ефективності та ергономічності надання і засвоєння інформації. Навчальні тексти на сайтах вивчення іноземних мов, як і гіпертексти електронних підручників, є простими, статичними гіпертекстами чіткої структури [Куст 2013, 118].

Навігація по навчальній частині мовних сайтів здійснюється за допомогою контекстного меню, яке розташоване на кожній учбовій сторінці сайту. Контекстне меню оформлене вербально, найчастіше за допомогою номінативних словосполучень, та розташоване в лівій колонці веб-сторінки. Наявність контекстного меню на кожній навчальній сторінці створює ефект системності учбового матеріалу та значно полегшує орієнтування користувача на сайті, а також пошук необхідної інформації. Для атракції самого меню застосовуються невербальні засоби, наприклад шрифт, кольори, контрастність фону та літер. Слід також зазначити, що якщо на першій сторінці сайту або в рекламних, додаткових вузлах зустрічаються як відкрита навігація (вихід за межи даного сайту), так і закрита, то в навчальній частині можливою є лише закрита навігація тільки по ресурсах даного сайту. Це забезпечує контроль якості учбового процесу та дотримання системності навчання.

Навчальний текст в лінгвістиці визначається як функціонально-прагматичний тип тексту, що характеризується мінімальним, але достатнім для засвоєння актуалізованого «пакету знань» об'ємом та однозначною інтерпретацією розумових одиниць, що реалізуються в ньому [Кубрякова 2001, 28]. Учбові тексти мовних Інтернет сайтів також характеризуються компактністю та змістовною стислістю. Чітке структурування матеріалу підкріплюється формулою «одна тема – один текст». Структурно-семантична організація тематичних блоків відповідає принципам ергономічності та ефективності подання інформації. Інформація подається невеликими блоками (абзацами), кожен з яких передає одну конкретну думку, між абзацами витримуються значні інтервали для полегшення візуального, а потім і ментального структурування інформації.

Малюнок 4. Структурно-семантична оргація навчальної сторінки. (20)

Текстова частина в тематичних розділах займає центральну позицію веб-сторінки, за своєю площиною значно більшу ніж ліва та/ або права колонки. Для ефективності візуального сприйняття інформації використовується чітка контрастність фону та знаків, а саме чорні літери або знаки на білому/ світлому фоні. Застосування невербальних засобів обумовлено лише навчальною доцільністю, а саме полегшенням сприйняття інформації та підвищенням ефективності засвоєння інформації, здебільшого в розділах навчання нової лексиці.

Поширеними невербальними засобами в тематичних сегментах мовних сайтів є застосування різних шрифтів, кольорів, контрастність фону, аудіозвучання в розділах фонетики, ілюстрації в лексичних матеріалах.

Права та ліва колонки вебсторінки, крім контекстного меню, можуть містити додаткову рекламну інформацію. В цих локаціях вебсторінки застосовується широкий спектр невербальних засобів передання інформації, а саме яскраві кольори, малюнки, фото, аудіоматеріали, варіативность шрифту тощо.

Отже, проведений аналіз продемонстрував, що лінгвокогнітивні параметри Інтернет-сайтів викладання іноземних мов змінюються залежно від комунікативно-прагматичних спрямувань вебпростору. Інформативно-рекламні вебсторінки та вузли характеризуються застосуванням широкого спектру як вербальних, так і невербальних засобів атракції уваги потенційного користувача та навіювання думки про приєднання до даного сайту. Водночас спеціалізовані тематичні вузли вебсайту відрізняються чіткою структурованістю, компактністю та однозначністю інтерпретацій учбових текстів, а також дотриманням принципів ергономічності та ефективності подання інформації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Психологические приемы общения [Електронний ресурс] / А.Дьяконенко. – Режим доступу: http://fb.ru/article/53638/psihologichoskic.priemyi-v-obshenii. – Назва з екрану.
2. Костина А.В. Основы рекламы / А.В.Костина. – М.: КНОРА, 2006. – 352с.
3. Кубрякова Е.С. О тексте и критериях его определения / Е.С.Кубрякова. – М.: Наука, 2001. – 321с.
4. Куст Т.С. Гипертекст электронного учебника / Т.С.Куст // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – №7. – Тамбов, Грамота, 2013. – С.117-118.
5. НЛП техника. От общения к сотрудничеству [Електронний ресурс] -Режим доступу: http://www.nlp-texnika-ru/psixik18.php. – Назва з екрану.
6. Руднев В. Словарь культуры XX века / В.Руднев.– М.: Аграф, 1997. – 384с.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

7. ABA English (American and British Academy) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.abaenglish.com/en/. – Назва з екрану.
8. Englishleap [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.englishleap.com. – Назва з екрану.
9. BBC LANGUAGES [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.bbc.co.uk/languages/. – Назва з екрану.
10. German about [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://german.about.com. – Назва з екрану.

11. Learn-Korean.net [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.learn-koream.net. – Назва з екрану.
12. LE Learn English for kids [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ru.appszoom.com/android_application/education/le-learn-english-for-kids_cudwm.html. – Назва з екрану.
13. UE Using English.com [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.usingenglish.com. – Назва з екрану.
14. Learn how to speak German [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://leich-deutsch-lernen.com. – Назва з екрану.
15. English Central [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.englishcentral.com/video/ – Назва з екрану.
16. Rocket English [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rocketlanguages.com – Назва з екрану.
17. TALKENGLISH.com [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.talkenglish.com. – Назва з екрану.
18. Livemocha [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://livemocha.com – Назва з екрану.
19. The French tutorials [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.frenchtutorial/com – Назва з екрану.
20. StudySpanish.com [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://studyspanish.com/tutorial.htm – Назва з екрану.

Оригінал статті надійшов до редакційної колегії 10.10.2015 р.

Исакова Е.П., к.филол. н., доц.,
Донбасская государственная машиностроительная академия, г. Краматорск

ЛИНГВОКОГНИТИВНЫЕ ОСОБЕННОСТИ УЧЕБНЫХ САЙТОВ ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСОВ

В статье предлагается лингвокогнитивный подход к изучению структурных, семантических, эмотивных, прагматических особенностей организации Интернет-сайтов по изучению иностранных языков. Лингвистические и экстралингвистические средства рассматриваются в аспекте ефективности репрезентации информации и достижения коммуникативно-прагматического успеха в этом типе Интернет-коммуникации.

Ключевые слова*: лингвокогнитивный анализ, гипертекст, поликодовый текст, образовательный дискурс, ефективность, ергономичность.*

Isakova E., PhD in Philol., Associate Professor,
Donbass State Machine-building Academy, Kramatosk

LINGVOCOGNITIVE FEATURES OF EDUCATIONAL INTERNET SITES

The article deals with the lingvocognitive approach to the study of structural, semantic, emotive and pragmatic features of educational Internet sites. Linguistic and extralinguistic means are analysed in terms of their effectiveness in representing information and communicative and pragmatic success in this type of Internet communication.

Keywords: *lingvocognitive approach, hypertext, policode text, educational discourse, effectiveness, ergonomic.*

УДК 811.111

Каптюрова О.В., доц., к.філол.н.,
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

СТИЛІСТИЧНІ ЗАСОБИ СТВОРЕННЯ КОМІЧНОГО ЕФЕКТУ В ІНТЕРВ'Ю (НА МАТЕРІАЛІ ПРОГРАМИ TOP GEAR)

У статті на матеріалі інтерв'ю з програми Top Gear розглядаються стилістичні засоби, які використовуються для створення комічного ефекту в телевізійному дискурсі. Досліджуються основні функції телебачення, а особлива увага звертається на розважальну. Аналізується мотивація аудиторії до перегляду телепрограм. Вивчається феномен комічного. Пов'язується використання мовленнєвих засобів вираження з особистістю журналіста.

Ключові слова: *гумор, інтерв'ю, комічний ефект, мовна особистість, стилістична фігура, телевізійний дискурс.*

Телевізійний дискурс – складне багатожанрове утворення, що поєднує вербальні та візуальні знаки, та виступає вагомим феноменом соціокультурного життя суспільства. Постійний інтерес до його вивчення з боку дослідників, що представляють різні сфери гуманітарного знання, а саме лінгвістики, психології, соціології, політології, пояснюється тим, що телебачення є водночас і власне комунікативним актом, і засобом досягнення позамовленнєвих цілей та завдань, які охоплюють широкий спектр людських та міжособистісних відносин. «Відчутна інтеграція телебачення в наше повсякденне життя: його емоційна значущість як засобу збудження, так і заспокоєння; його когнітивна значущість як засобу інформування, так і дезінформування; його просторова та часова значущість, оскільки воно проникло в рутину щоденного життя; його наявність не тільки як предмета, скрині в куті кімнати, а як множини текстів – журналів, газет, об'яв, книжок; його вплив, як той, що пам'ятається, так і той, що забуто; його політична значущість як провідної установи сучасної держави. Така інтеграція є завершеною та істотною» [15, с. 3].

Телевізійний дискурс є особливим жанром мовленнєвих форм масової комунікації, який підпорядковується загальним закономірностям функціонування мас-медіа. Однією з концепцій, що роблять спробу пояснити вибір споживача медіа продукції, є теорія використання та задоволення (Uses and Gratifications theory**).** Прихильники цієї теорії стверджують, що серед п'яти груп потреб, для задоволення яких аудиторія використовує медіа, друге місце посідають емоційні, пов'язані із отриманням естетичного, чуттєвого досвіду, що приносить задоволення [11]. Результати іншого дослідження виявляють, що фактор розваги очолює лист факторів задоволення, що мотивують до перегляду мас-медіа продукції [5]. Розваги є однією з «основних галузей медійного виробництва та споживання, що охоплює низку форматів, яким загалом властиво приваблювати, забавляти, … допомагати забути про проблеми» [2, с. 494].

Саме на задоволення потреб аудиторії, хоча і фізично не присутній, спрямована мовленнєва взаємодія в жанрі телеінтерв'ю. Дослідники зазначають, що аудиторія,

поряд з інтерв'юером та респондентом, є невід'ємним учасником перебігу комунікації в цьому жанрі, її наявність обов'язково береться до уваги як інтерв'юером, так і респондентом, якщо вони бажають успіху [1, с. 62].

Для цього дослідження було обрано мовленнєву ситуацію інтерв'ю з Top Gear, найбільш популярної в світі програми британського телебачення, яку переглядали більше ніж 350 мільйонів телеглядачів у 170 країнах світу [13]. Як зазначає один з гостей програми, Сер Майкл Паркінсон, якого видання The Guardian назвало великим британським ведучим ток-шоу [10], майбутнє за тими програмами, що не просто передають розмову між учасниками, а роблять це з гумором та розважають аудиторію: «I think that the people who run television decided that the conversational kind of chat show which we're having now, which my show is based on, that's gone. I reckon they think that's as dead as a dodo. And the only way it's going to survive in their mind … It's a show based on comedy, with a guy who's happy to play a major part…». Саме такою програмою і є Top Gear, у якій у жартівливій формі йде розповідь про автомобілі, пригоди автомобілістів, подорожі. Як зазначають дослідники, гумор є єдиною сферою креативної діяльності, де стимул високого рівня складності призводить до суттєвого та чітко окресленого відгуку на рівні психологічних рефлексів [12, с. 31].

Однією з невід'ємних частин майже кожного з випусків передачі є інтерв'ю Джеремі Кларксона, відомого журналіста, якого аудиторія включила до списку ста найгірших британців («Clarkson: Channel Four ran a programme and named the 100 worst Britons. I was a deserving 66. But my guest tonight thrashed me. Welcome Britain's 28th worst person, Jamie Oliver»), із запрошеною зіркою. Існує думка, що значна частина аудиторії позитивно поставилась до його звільнення з програми у березні 2015 року, оскільки він втілює «історію про багатого грубого чоловіка, який зробив свою кар'єру за кошти платників податків та зараз відноситься до робітничого люду як до непотребу, більш того, він нікому не підзвітний» [8]. Преса наголошує, що Кларксон – «медіа клоун», його мета – розважати та його не варто сприймати серйозно [14]. Джеремі Кларксон належить до «вищого прошарку середнього класу та він непристойно багатий, однак йому вдається справити враження, що він пихатий докер» [16]. Однак протягом десятиріч програма била рекорди популярності, що можна пояснити здібністю журналістів створити гумористичний ефект шляхом «раптової бісоціації ідеї або події з двома несумісними матрицями за умови, що сюжетно-тематична картина, семантична комунікаційна лінія несе на собі вірний тип емоційної напруги» [12, с. 51]. Несумісними матрицями в програмі виступають як перегони зірок у бюджетному автомобілі, так і представлення гостей передачі аудиторії як звичайних людей із властивими більшості вадами та недоліками, або ствердження, що деякі з зірок можуть бути невідомими широкій аудиторії: «My guest tonight won a programme called Pop Idol, which of course means I've never heard of it». Таке твердження є безумовно саркастичним, оскільки перший сезон цього шоу збирав у екранів від 5 до 13 мільонів телеглядачів [6]. У представлені відомого тенісиста Бориса Беккера: «Now, my guest tonight is quite literally a tennis player. He was able to win Wimbledon three times, partly because of his immense strength, partly because of his agility, but mostly, I suspect,

because he isn't English», – зіставляються несумісні матриці особистих властивостей та етнічного походження.

Одіозність поведінки Джеремі Кларксона накладає відбиток на його мовну особистість, зокрема її вербально-семантичну характеристику, що складається з лексикону мовця – того запасу слів та словосполучень, якими він користується у природній вербальній комунікації. При цьому необхідно брати до уваги не тільки кількість лексичних одиниць, але й уміння використовувати вербальні засоби згідно з нормами соціальної диференціації та варіативності, функціонально-стилістичної цінності. Наприклад, в інтерв'ю з Майклом Паркінсоном, особою значно старшою за віком, яку Джеремі Кларксон метафорично називає гуру журналістики, використовується переважно нейтральна лексика: «A legend has come among us; Which is, sorry to ask this, but how did you deal with the you've got to...; Now I know and respect you, more actually than a chat show, as a journalist. That's where you began, on the local newspapers in Mexborough, wasn't it?». Водночас в інтерв'ю з молодим співаком Віллом Янгом Джеремі Кларксон використовує неформальну лексику, наприклад, «Yeah. Good man! That's the ticket; Does yours always end up rubbish?»; навіть припускається вельми саркастичних зауважень щодо зовнішності адресата: «…and what's really worrying me is that when Simon Cowell came here, I may have said accidentally that you look like you've been hit in the face with an axe. And now you're here!».

Відомо, що Джеремі Кларксон не виказує поваги до «руху зелених» [7] та у інтерв'ю з дизайнером Кевіном МакКлаудом використовує каламбур, що зіставляє цей рух із комахою та, по аналогії з *stomach bug,* із захворюванням: «Eco! You call it the green bug. We think of it as a disease». У продовженні діалогу про розбіжність поглядів на екологічні проблеми журналіст використовує іронію: «A Toyota Prius with nickel batteries is going to do more damage, if you believe that cars are damaging the environment... Which you do. And you are entitled to come here with this opinion, and not be killed in any way!»

Слід зауважити, що іронія в мовленні Джеремі Кларксона має гумористичний («The only problem I've got is that one of them has a name that's very hard to pronounce», «See, this is your problem. You were born the year, quite literally, the music died», «Young: I am the guy that watches the re-runs of this on Dave. Clarkson: Really? Cos I've often wondered, who's watching it again? Young: That's me! I am the loser!») або саркастичний характер («My guest tonight, he's just done everything really. He's the voice of the Harry Potter audiotapes, Blackadder, he's recently driven a taxi all the way around America. Started out in life, his career, with a «Laurie» so, in fact, the only thing we can be sure he hasn't done, is murder a prostitute. Ladies and gentlemen, Stephen Fry», «The problem is that James May is flying his plane home from that airfield tonight, and now – you've removed the landing lights which means he will be killed. So well done again for that», «Has anyone here got a 911? See? They've all been killed»). Причому іронія журналіста може бути спрямованою як на себе самого: «I'm being obtuse. I'm being obtuse again», «So, ladies and gentlemen, please welcome our Star In The Reasonably Priced – my arse, it cost a fortune, that thing! – Car, Sir Michael Parkinson», так і на співбесідника: «Could it be that you're not driving it properly?», «Clarkson: How much did you pay for that? Evans:

The most expensive car sold at auction in the world. When I bought it. Clarkson: Last year? A lot of millions? Evans: Yes, $12 million. Clarkson: How drunk were you?»

Дослідники гумору зазначають, що «до лігвостилістичних засобів семантичного плану, що активно залучаються для створення комічного ефекту належать різнопланові комічні метафори,… уживання яких порушує очікування або логічний прогноз реципієнта [4, с. 201]. Джеремі Кларксон в мовленні широко використовує метафори, так, наприклад, він порівнює керування потужним автомобілем із парусним спортом: «Isn't that like land yachting?!», називає повільне керування пересуванням пішохода: «Quite pedestrian, there», порівнює фігуру Стівена Фрая, який скинув багато зайвої ваги, з граблями: «You were a sizeable chap and now you are a rake», надає аплодисментам характеристики звуків води: «There was a ripple of applause from the corner!» називає гуркотом музику популярних виконавців: «Clarkson: So are you just flogging the noises that come out of...? – Walsh: I sell» або надає метафоричну характеристику змінам у зовнішності машин: «Do you do the Essex thing with cars – tart them up». У мовленні журналіста є приклади перифрази, основаної на метафорі: «You were let down slightly by the lord of weather today, drizzling».

Джеремі Кларксон використовує метонімії, що створюють гумористичний ефект: «Enfield: Stig said "You can take a few seconds off if you do it again," and I said "No, I want my lunch." – Clarkson: So you put your stomach in front of your pride», де *stomach* заміщає відчуття голоду, а *pride* – бажання змагатись та досягти перемоги. Для мовлення Кларксона характерне поєднання декількох стилістичних фігур в межах одного висловлення: «I wonder if there is a single household in Britain that doesn't go to sleep at night without the sound of you wafting out of the children's bedrooms», де *single household in Britain* – гіпербола, *the sound of you* – метонімія, *wafting* – метафора.

Дослідники зазначають, що однією з характерних рис англійської лінгвокультури є широке використання мовленнєвої тактики іронії, що нерідко створюється за допомогою стилістичного тропу мейозису (в термінології дослідників культури – understatement), що «надійно укорінене в культурі та є частиною англійської душі» [9, с. 68]. В прикладі: «Parkinson: I've got a Merc at present. – Clarkson: Which one? – Parkinson: S500. – Clarkson: That's worth about a tenner», – інтерв'юер зіставляє вартість однієї з найдорожчих машин із банкнотою 10 фунтів. При представленні рок мегазірки Еліса Купера, Кларксон натякає, що шоу навіть не варте уваги такої відомої особи: «My guest tonight was christened Vincent but then he became a rock star and decided he needed a rock-starry name so he changed it to Alice. Ladies and gentlemen, we're not worthy. Please welcome Alice Cooper!» У мовленні Кларксона також зустрічаються непоодинокі випадки вживання літоти – тропа, що виражає «не стільки навмисне переменшення, скільки вказівку на незначну в своєму ступені наявність негативних якостей» [3, с. 37]. Наприклад: «Can't see anything wrong with that. Look at that. That's not bad at all».

Для створення гумористичного ефекту в шоу використовується також троп, протилежний мейозису – гіпербола. Наприклад, в інтерв'ю з чотириразовим чемпіоном світу з перегонів «Формули-1» Себастьяном Фетелем, певним фаворитом чемпіонату, Кларксон висунув гіпотезу, що поразку може викликати тільки така неймовірна

подія, як падіння метеоріта: «What a shame – pipped at the last moment. And then that mistake half a lap to the end. What were you thinking of, man?! Who could have imagined a giant meteorite would land on the track and stop the race like that?» У дискусії про музику з іншим гостем, музикальним продюсером Луїсом Волшем, стверджує, що група, яку той представляє, сподобається дітям тільки в разі тілесного покарання: «Walsh: Your kids would like them. – Clarkson: No, they wouldn't. – Walsh: They would! Kids love Jedward. – Clarkson: They'd get savagely beaten!» Слід зазначити, що гіперболи, які вживає журналіст, мають здебільшого іронічний характер: «My dad, 14 years old, left school, bronchitis, consumption, diphtheria, got a job as a butcher's boy, worked 27 hour a day, and paid butcher for permission to come to work», «Those days, if you've played for Yorkshire, wore the white rose, you're immortal».

У декількох програмах Джеремі Кларксон посилається на культове комічне шоу британського телебачення Monty Python, прихильниками якого є гості програми: «Clarkson: We could do it for hours, "Oh, my dad were poorer than your dad." It's a Monty Python sketch. – Parkinson: It is, absolutely», «Clarkson: And are you a Python fan? Did somebody tell me you like Monty Python? – Vettel: Yeah, I do». Алюзія на нього викликає стереотипні асоціації, що підтримають розважальний тон програми. Варто зазначити, що алюзії на значні явища масової культури, як, наприклад, фільм «Зоряні війни»: «Well, the Obi-Wan Kenobi of the interview world is setting being interviewed by young Luke», використовуються в значній кількості програм. За допомогою алюзій на класиків рок музики журналіст жартує над молодим віком та музикальним смаком іншого учасника програми – британського автора та виконавця поп-музики Уїла Янга: «Clarkson: Leon Jackson? He's good? He's not as good as Camel Or Gong, trust me. Nobody's heard of Camel Or Gong, Focus or Genesis, Led Zeppelin, The Who? Smoke On The Water, people normally get that one. – Young: What's Smoke On The Water? – Clarkson: Oh, for God's sake! – Young: But this is you. Your record collection doesn't go past...1979, does it? – Clarkson: When were you born? – Young: I was born in 1979. – Clarkson: See, this is your problem. You were born the year, quite literally, the music died».

Слід зазначити, що мовлення Джеремі Кларксона забарвлене, окрім названих, різноманітними стилістичними тропами: порівняннями («Start scared and end up wanting to be like the Stig, stay down here. You're mumbling, that a man at peace with himself, when he mumbles», «I'm nervous as hell all the way through but you've been a superstar», «My guest tonight has got three Olympic gold medals. And unlike the Stig, he didn't steal them after a full-on fist fight with Sebastian Coe»), авторськими епітетами («So where did your car story begin? What was the first car you had? The inevitable Mini?», «As it's our luxury programme, have a Rocher», «He's now an actor and has his own fly-on-the-wall series. Ladies and gentlemen, Vinnie Jones!», «That is an astonishing time. And to celebrate, we've got a gift for you to go home with. Yes, this hasn't happened since Harry Enfield came here, actually. But we'd like to present you with the landing lights you broke. Aw! Ladies and gentlemen, Amy MacDonald!»), градацією у поєднанні з антиклімаксом («What can I say about my guest tonight? Born on 4th July, Top Gun, Days Of Thunder, he has watched them all. Ladies and gentlemen, Harry Enfield», «Now, my guest tonight has long, straggly hair and an incredible ability to heal the sick and feed the hungry. Ladies and

gentlemen, Jesus... it's Bob Geldof!»). У наведених прикладі журналіст перераховує відомі фільми, що зазвичай дає натяк, що особа брала в них участь або дає опис і навіть називає Ісуса (градація), а далі зазначає, що гість передачі, актор Гарі Енфілд, передивився всі з них або називає ім'я гостя програми (антиклімакс).

Таким чином, за допомогою різноманітних стилістичних фігур Джеремі Кларксон створює невимушену атмосферу в студії, що дозволяє респонденту підтримувати спілкування в неформальному жартівливому ключі, який відповідає загальному тону програми та очікуванням аудиторії. Стилістичне забарвлення мовлення журналіста є відображенням його картини світу та індивідуального стилю спілкування. Успішне використання засобів створення комічного ефекту зумовлює його вдале сприйняття аудиторією, що, в свою чергу, пояснює популярність програми.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Кибрик А. А. О некоторых видах знаний в модели естественного диалога / А. А. Кибрик // Вопросы языкознания. – 1991. – № 1. – С. 61–69.
2. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації / Д. Мак-Квейл. – Львів: Літопис, 2010. – 538 с.
3. Нуриахметова Ю. М. О двойственности определения термина «литота» в лингвистической литературе / Ю. М. Нуриахметова // Инновации в науке. Сб. ст. по материалам XXX междунар. науч.-практ. конф. № 2 (27). Часть II. — Новосибирск: Изд. «СибАК», 2014. — С. 33-38
4. Харченко О. В. Феномен комічного у комунікативному просторі США: монографія / Олег Харченко. – К.: «МП Леся», 2014. – 460 с.
5. Bartsch A., Viehoff R. The Use of Media Entertainment and Emotional Gratification // Procedia Social and Behavioral Sciences. – 2010 – № 5. — P. 2247— 2255.
6. Broadcasting Audience Research Board [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.barb.co.uk/whats-new/weekly-top-30?_s=4
7. Clarkson J. This has been my perfect week // The Sunday Times. – 2008. – January, 13 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://login.thesundaytimes.co.uk/?gotoUrl=http%3A%2F%2Fwww.thesundaytimes.co.uk%2Fsto%2Fingear%2Fclarkson%2F
8. Edwards J. The reason British people hate Jeremy Clarkson is unchecked wealth and privilege [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://uk.businessinsider.com/britain-hates-jeremy-clarkson-unchecked-wealth-and-privilege-2015-3
9. Fox K. Watching the English. The Hidden Rules of English Behaviour / Kate Fox. – London: Hodder, 2004. – 424 p.
10. Hattenstone S. Saturday interview: Michael Parkinson // The Guardian. – 2012. – February, 24 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.theguardian.com/theguardian/2012/feb/24/michael-parkinson-saturday-interview
11. Katz E., Gurevitch M., Haas H. On the Use of the Mass Media for Important Things // American Sociological Review. — 1973. — Vol 38 (2). — P. 164—181.
12. Koestler A. The Act of Creation / Arthur Koestler. – London: Arkana, Penguin Books, 1989. – 210 p.
13. Kroft S. The Secret Behind the Hit TV Car Show "Top Gear" [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.cbsnews.com/news/the-secret-behind-the-hit-tv-car-show-top-gear-21-10-2010/
14. Pozzebon S. Most of the world doesn't know that Jeremy Clarkson is widely despised at home in Britain [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://uk.businessinsider.com/why-does-britain-hate-jeremy-clarkson-2015-3

15. Silverstone R. Television and everyday life. –London and New York: Routledge, 2003. – 204 p.
16. Stanley T. Jeremy Clarkson represents the worst of boorish Eighties materialism. You'd hate him if you met him [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.telegraph.co.uk/news/celebritynews/11495983/Jeremy-Clarkson-represents-the-worst-of-boorish-Eighties-materialism.-Youd-hate-him-if-you-met-him.html

Стаття надійшла до редакції 15.10.2015 р.

Каптюрова Е.В., доц., к.филол.н.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

СТИЛИСТИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ДОСТИЖЕНИЯ КОМИЧЕСКОГООГО ЕФФЕКТА В ИНТЕРВЬЮ (НА МАТЕРИАЛЕ ПРОГРАММЫ TOP GEAR)

В статье на материале интервью из программы Top Gear рассматриваются стилистические приемы, используемые для создания комического эффекта в телевизионном дискурсе. Исследуются основные функции телевидения, причем особенное внимание уделяется развлекательной. Анализируется мотивация аудитории к просмотру телепрограмм. Изучается феномен комичного. Использование речевых средств выразительности связывается с личностью журналиста.

Ключевые слова: юмор, интервью, комический эффект, речевая личность, стилистическая фигура, телевизионный дискурс.

O. Kaptiurova, Ph.D. (Philol.Sc.), Associate Professor,
Institute of Philology, Taras Schevchenko National University of Kyiv

STYLISTIC DEVICES OF CREATING COMIC EFFECT IN THE INTERVIEW (BASED ON TOP GEAR SHOW)

The article, based on interviews in Top Gear show, analyzes the stylistic devices creating comic effect in television discourse. The principal functions of television are considered with the emphasis on the function of entertaining. Audience's choice of programmes is examined. The phenomenon of comic is studied. The use of speech expressive means is linked to the journalist's personality.

Keywords: *humour, interview, comic effect, language personality, figure of speech, television discourse.*

УДК: 81’1:81’27

Козлова Т. О., к. філол. н., доц.,
Запорізький національний університет, м. Запоріжжя

РОЗВИТОК ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ КОНТАКТНИХ МОВ В АСПЕКТІ ТЕОРІЇ ІКОНІЧНОСТІ

У статті з’ясовано роль іконічності в еволюції контактних мов. Доведено, що іконічність є звичайною семіотичною стратегією в “ембріонних” формах комунікації, а застосування імітативних ресурсів, апеляція до образності звукозображання, діаграматичності морфологічної структури слова та синтаксичних конструкцій у піджинах та креольських мовах мають віталістичне значення в умовах гострої необхідності встановлення контакту, прозорості комунікації та взаєморозуміння в групі носіїв різних мов.

Ключові слова: *контактна мова, образна іконічність, звукозображання, діаграматична іконічність, редуплікація, тавтологія, семантичний синкретизм.*

Актуальність статті. Дослідження контактних мов (міксованих/mixed, модифікованих/makeshift) займає особливе місце в еволюційній та соціальній лінгвістиці, а в україністиці завжди було пов’язане з розв’язанням питань мовного розвитку, започаткованим також і в працях професора Юрія Олексійовича Жлуктенка, який заклав підвалини вітчизняної соціо- та контрастивної лінгвістики [Жлуктенко 1974; Языковые… 1989]. Теоретико-методологічні принципи та надбання вітчизняної соціолінгвістичної школи слугуватимуть підґрунтям для подальших досліджень із контактної лінгвістики.

Такі форми комунікації, як торгівельні жаргони, піджини й креольські мови розглядають здебільшого як наслідки етномовного контактування, покладаючись на соціолінгвістичний (J. A. Holm, S. Mühleisen, J. Rickford) та екологічний (S. Mufwene) аспекти. У їх межах встановлюється роль суперстратної (лексифікатора /мови-цілі) та субстратних (мов-учасниць) систем у процесах формування контактної мови (S. Kouwenberg), особливості подальшого співіснування нової форми комунікації з мовою-лексифікатором (C. Mair). Актуальні також роботи, які розглядають специфіку картини світу, вибудувану в поліетнічному суспільстві й вербалізовану засобами контактних мов. З’ясовуються чинники й механізми утворення креолізованих концептів в умовах лінгвокультурної негомогенності (Л. В. Беспала).

Вивчення цих та інших питань еволюції контактних мов уможливлює подальший аналіз умов та чинників мовного контактування, механізмів мовних змін і моделей формування нових систем, ґенези мови взагалі. Важливим виявився той факт, що незалежно від умов, місця й часу виникнення різних контактних мов, у їхній структурі й динаміці відстежуються спільні типологічні ознаки. Також відомо, що ці типологічні властивості наявні не лише у контактних мовах, а й у стабілізованих системах. Проте більшість дослідників обмежуються констатацією окремих зазначених фактів, а стимули формування спільних ознак у структурі й динаміці креольських мов залишаються нез’ясованими.

Гіпотеза**:* в умовах гострої необхідності встановлення контакту та взаєморозуміння у групі носіїв різних мов, для яких контактна мова - нерідна або друга, чи навіть третя, комунікативна ефективність значно залежить від прозорості номінацій та особливостей подання інформації. Ступінь комунікативної ефективності може бути підвищений за рахунок більшої продуктивності прозорого кодування й відтворення у формі знака певних властивостей денотата. Зважаючи на доведену важливу роль іконічного кодування на ранніх історичних етапах розвитку лінгвокультур, зокрема в таких системах значної архаїчної глибини як індоєвропейська прамова [Kozlova 2013], передбачаємо актуальність тенденції створення знаків із таким позначеним, яке містить візуальні або інші характеристики денотата, а між позначальним та позначеним встановлюється вмотивований симілятивний зв'язок. ***Мета статті: дослідити вияви та роль іконічності у формуванні та функціонуванні контактних мов.

Визначальна ознака контактних мов – компактність їх лексиконів. Простота комунікативної інформації та обмеженість засобів її передачі диктують особливості номінативних процесів: продуктивність перифрастичних (описових) конструкцій і метафоризації, поліфункціональність лексичних одиниць, їх полісемію, часто розвинену до рівня широкозначності, прозорість композитів.

Наприклад, у семантичній структурі одиниць об'єднуються семи {'істота' + 'неістота'}. У сибірському російськоосновному піджині одиниця *сэкýра* має значення "шкіра (людини); шкіра (матеріал)" [Перехвальская 2014, с. 42], у розвиненому англоосновному піджині ток-пісин одиниця *gras* набуває такої багатозначності – "трава; водорість; волосся (на голові); вуса, борода; пір'я" [Romaine 1988, с. 35]. Синкретизм значень демонструє універсальність мовної редукції. Використання певною мовною системою меншого набору одиниць, ніж традиційно вживаються в споріднених різновидах цієї мови – спосіб удосконалення комунікативної ефективності системи. Важливо, що семантичний синкретизм у контактних мовах є результатом самостійного розвитку цих систем, а не впливом субстратних мов.

Схожі випадки синкретичних значень наявні в системах значної діахронічної глибини, зокрема в лексиці індоєвропейської прамови - іє. **uel-* "вовна; волосся; трава", іє. **pel-* "шкіра; хутро; тканина", іє. **pleuk-* "пушинка, волосина, перо" [IEED, с. 803–804, 837, 1139–1140].

Метафоричність і синкретизм цих та інших значень актуалізують діаграматичну іконічність: відношення між структурними складниками референтів віддзеркалюються зв'язками між структурними складниками коду: 'ЧАСТИНА' (трава, водорість; волосся, вуса, борода; пір'я; шкіра, вовна) є покриттям 'ЦІЛОГО' (земна поверхня; тіло людини; тіло птаха; тіло тварини), до якого ця частина належить. Пор.: т.-п. *gras bilong fes* "борода" (букв. 'покрив належить обличчю'), *gras bilong hed* "волосся", *gras bilong pisin* "перо, пір'я", а також форми вираження приналежності *bilong me* "мій, моя, моє", *bilong yu* "твій, твоя, твоє", *bilong em* "їх" [Mühlhäusler 2004, с. 1761].

Ще одна ознака контактних мов – продуктивне звукозображання, яке уживається як прозорий спосіб вербалізації дій, рухів, якостей, оскільки форма лексичної одиниці може підказувати її значення, натякати на смисл. Звукозображальна номінація

підвищує ефективність взаєморозуміння й сприяє успішній адаптації мовців до умов полікультурного та полілінгвального контактування.

Активність процесів мовного вирівнювання та селекції на початкових етапах еволюції контактних мов, які зумовлені пріоритетністю пошуків спільних або простих і доступних засобів вербалізації, стимулюють уживання когнатів та/або універсалій. Наприклад, у різних англоосновних контактних мовах актуальними стали звукосимволічні властивості приголосних /b/, /f/ і голосних /u/, /o/, їх асоціації з чимось ‘вибуховим, опуклим, товстим, великим’: т.т. *bufu*, *boufou* /bufu/ “товстий; великий”, *bufutu* /bufutu/ “незграбний”, *buff teeth* “дуже великі передні зуби, які випирають та піднімають верхню губу”; пор. факти з різних субстратних мов та мов-лексифікаторів, які було транспортовано до Карибського регіону – конго *bùùfu* “великий за розміром”, гуанські мови *gbɔfoo* “дуже товстий”, менде *bɔfubɔfu* “м’який на дотик”, волоф *buduf* “дуже товста людина”, тві *bɔfõõ* “опуклий”, фр. *boufflé* “опуклий”, англ. (арх.) *buff* “видихати, видувати, пихкати” [DECTTHP 2009, с. 136]. Приклади маніфестації звукозображальних властивостей звуків /b/, /u/, /o/ можна знайти й у лексиці інших мов, поширених на географічно віддалених від Карибського регіону територіях: гав. підж. *bambucha* /bom BOO cha/ або *bambula* /bom BOO la/ “великий; назва для окремих частин тіла, що мають великий розмір” [SPDM 2005]. Подібні актуалізації знаходимо також в історично старших системах: іє. **bhenĝh-/ *bhnĝh-/*bhnĝhú-s* “товстий, оброслий жиром” [IEED, с. 127-128] > санскр. *bahulá* “товстий; грубий; широкий; просторий; великий; заможний; багато” [MWSED 2012, с. 726: 2]; дгр. παχύς “товстий; великий; грубий; густий; заможний” тощо [ДДГРС 1958, с. 1272].

Вищенаведені факти доводять універсальність звукозображання, його номінативну прозорість та ефективність. Саме з цим ми пов’язуємо високу продуктивність ідеофонії в мовах, які функціонують у регіонах високої лінгвістичної щільності, де на відносно незначній території співіснує велика кількість автохтонних, транспортованих і контактних мов. Ми не здійснювали спеціальних підрахунків, але ретельне опрацювання словників і досвід вивчення історії та сучасного стану англійської мови на Карибських островах дозволяють констатувати продуктивність звукозображання в регіоні інтенсивного етнокультурного контактування. Наведемо лише окремі приклади дуже продуктивних звукозображальних номінацій: кариб.англ. ***boom****-and-****chime*** *band* “маленький оркестр, до складу якого входять акордеон, банджо, маримба і два невеликих барабани”, ***bum****-drum* /bʊm~drʌm/ “великий барабан, який видає потужний звук, коли по ньому б’ють руками чи палицями з обох боків” ідеофони – *Bidip!*, *Bip!*, *Buduf!*, *Budup!*, *Buf(f)!*, *Bup!* “удар кулаком або будь-який удар, схожий на удар кулаком”, *Bidim!*, *Bim!*, *Bum!* /bʊm/, *Budum!* “звуки вистрілу з гвинтівки, гармати; звук, який видає дуже важкий предмет при падінні” [ADCEU 1996, с. 98, 111, 119, 121]. Отже, у контактних мовах звукозображання – комунікативно виправданий спосіб кодування інформації.

Контактним мовам властива прозора вмотивованість композитів та стійких виразів, уживання редуплікації й тавтологій. Продуктивними вважаються діаграматичні позначення дій, які передбачають послідовне виконання декількох операцій або їх одночасне виконання. Такі назви (композити та словосполучення) утворюються

сурядними конструкціями, які складаються з граматично рівноправних компонентів. Відсутність детермінації між складниками назви може бути виражена експліцитно за допомогою сполучника або імпліцитно за рахунок відсутності формальних єднальних складників конструкції. Незалежно від способу вираження сурядності (сполучниковий чи безсполучниковий), відсутність стрижневих і залежних складників компенсується порядком розташування основ, який віддзеркалює послідовність операцій: т.т. *cut and burn* "спосіб підготовки землі для засівання: спочатку зрізають траву, а потім підпалюють", *cut and catch* "гра, в якій учасник відбирає повітряного змія в іншого гравця, для цього необхідно спочатку перерізати мотузку, на якій тримається змій, а потім схопити й утримати змія", *carry-go-bring-come* "плітки; пліткувати" [DECTTHP 2009, с. 157, 274]. Логічний порядок операцій віддзеркалюється послідовністю складників мовної структури. Такий спосіб іконічного кодування порядку виконання дії актуальний і для акролектної (більш розвиненої) форми існування мови: кариб.англ. *bring-go-(and)-bring-come* (ім.), *bring-come-and-carry-go*, *bring-and-carry*, *carry-go-bring-come* "поширювати новини, пліткувати" (калькована структура, уживана в західноафриканських мовах – гребо *nu ha sa kpa sa* (букв., англ. *do pick-news-carry-news*)) [ADCEU 1996, с. 98, 121, 138].

Дослідники різних контактних мов неодноразово відзначали високу продуктивність редуплікації на позначення множини, повторюваності дії, інтенсивності вияву ознаки тощо: т.т. *dan-a-dan* "швидко і послідовно" [DECTTHP 2009, с. 283]; бокситська мова *сан* "сто" > *сан-сан* "двісті" > *сан-сан и анкор сан* "триста", *цап-царап* "схопити" [Перехвальская 2014, с. 4]; т.-п. *sek-sek* "підстрибувати; відскакувати: нервуватися", *lumlimbur* "гуляти; мандрувати; іти", *demdem* "равлик", *pis-pis* "випускати сечу" [Verhaar 1995, с. 8-9] тощо. Формальний повтор часто вживається в позначеннях непрямих, повторюваних, різких рухів, які можуть супроводжуватися шумом.

Такі утворення наявні також в індоєвропейській прамові: іє. ***rei-r(ēi)**- (експр.) "тремтіти, трястися", **bal-* > ***balbal**- "танцювати, трясти", **keu-*[2] > ***ka-ku**-*d*- "згинати", іє. ***kakka**- "випорожнятися", ***gh**a**bh**- (експр.) "схопити" (повтор придихового приголосного) [IEED, с. 93, 407-409, 521, 588-592, 862]. Проте в дочірніх індоєвропейських системах фонетичні та морфологічні повтори трапляються нечасто.

Цим підтверджується важливість редуплікації на ранніх стадіях еволюції мови. Хоча, зазначимо, що фономорфологічні повтори утворюються на ранніх, але не на перших стадіях мовного розвитку. У цьому переконують такі факти. По-перше, редуплікація в індоєвропейській прамові – історично пізніша, ніж інші способи слово- та формотворення, наприклад внутрішньокореневі альтернації голосних (A. Carstairs-McCarthy, B. Drinka). По-друге, дослідники (O. Fischer, P. Mühlhäusler) контактних мов відзначають що редуплікація виявляється продуктивнішою на рівні креольських мов, а в піджинах, на основі яких і розвиваються креольські мови, редуплікація радше виняток, ніж правило. Продуктивність редуплікації й тавтологічних конструкцій у стабілізованих системах (креолах), які функціонують в умовах значної лінгвальної мозаїчності, корініться в первинній прагматичній функції повтору – полегшувати взаєморозуміння між мовцями. Повтори частотні "ще на стадії жаргону, до стабілізації піджину" [Bakker 2005, с. 519]. Виходить, що від стабілізації й ускладнення

контактних мов залежить тип подвоєнь, які вживаються: повтор (стадія жаргону) → “псевдоредуплікація” (стадія піджину) → редуплікація (стадія креолу) → тавтологічні конструкції (більш стабілізована форма існування мови, наближена до літературного стандарту). Ці спостереження вимагають подальшого вивчення й перевірки, тому тут лише прогнозуємо, що процес структурного ускладнення й розширення комунікативних функцій мовної системи впливає на тип мотивації й функцію структур із подвоєнням складників. Семантично невмотивований повтор, який виконує фатичну функцію в жаргонах, у креолізованих системах поступається семантично вмотивованій редуплікації, яка згодом втрачає пріоритетність порівняно із прагматично насиченими експресивними тавтологіями.

Наприклад, результати суцільної вибірки із регіональних словників показали, що на позначення поняття ‘товста й незграбна людина’ користувачі креольської мови уживають редуплікацію (т.т. *buffro-buffro* “товстий і незграбний”), яка етимологічно співвідноситься з субстратною нередуплікованою одиницею (тві *o-bȍ-furo* “ледача, ні до чого не здатна людина” [DECTTHP 2009, с. 136]). Повтор основи експлікує значний ступінь вияву ознаки ‘великий розмір’. Хоча структура значення одиниці *buffro-buffro* містить сему негативної оцінки, конотація є фоновою порівняно із домінантною денотацією.

У карибському варіанті англійської мови переважає тавтологічна конструкція для вираження поняття ‘товста і незграбна людина’: кариб.англ. *big-and-plenty* (зневажл.), *big-and-so-so* (зневажл.) “товстий і незграбний; низької якості (про людей, фрукти й овочі)”, *fatty bum-bum* (жарт.) “дуже товста людина, особливо жінка з великими сідницями” [ADCEU 1996, с. 98, 226]. При цьому всі одиниці стилістично марковані, про що свідчать функціональні позначки. Шляхом семантичного повтору експліковано ознаку ‘дуже великий розмір’, але денотативний аспект є фоновим порівняно із максимально актуалізованою конотацією. Можна сказати, що форма мови, наближена до літературної, передбачає більш розвинені й варіативні форми вираження. Тому на цьому рівні розвитку мовної системи переважають більш абстрактні форми іконічності, а тавтологічний повтор – спосіб кодування значного ступеня вияву емоційно-оцінної реакції мовців і адгерентної (‘несхвальний’), а не інгерентної (‘великий розмір’) ознаки.

Контактні мови характеризуються низкою спільних граматичних ознак. Скажімо, більшість креольських мов має усталений порядок слів SVO (на відміну від піджинів, які демонструють різні структури) і не мають формальних показників пасиву. Наприклад:

1 (а) ям. *Dem **plaan** di **tri***. - “Вони посадили дерево”,

(б) *Di **tri plaan***. – “Дерево посадили” [English… 2003, с. 220];

2 (а) каріок. *Shi **sel** di **fish***. - “Вона продала рибу”,

(б) *Di **fish sel***. – “Риба продалася / Рибу продано” [Kephart 2000, с. 19].

У конструкціях (1а) та (2а) транзитивне дієслово займає позицію після позначення логічого суб’єкта дії (*Dem plaan…*, *Shi sel…*), а у конструкціях (1б) та (2б) – після позначення логічного об’єкта дії (*Di tri plaan*, *Di fish sel*). Таким шляхом здійснюється позиційне оформлення актантів двовалентного дієслова.

У ситуаціях (1а) та (2а) наявні два ядерні актанти (тут користуємося понятійним апаратом реляційної типології О. Є. Кибрика) – АГЕНС (“наділений волею, який контролює подію, ініціює її”) і ПАЦІЄНС (“не наділений волею, неактивний, який не контролює подію”). Конструкції (1а) та (2а) актуалізують прототипову схему перехідності, яка кодується канонічно нейтральним (для креольських мов) порядком **SVO**. На наш погляд, такий вибір синтаксичної позиції природний, оскільки зумовлюється онтологічною когнітивною сферою: назви істот, особливо людей (*dem*, *shi)*, тяжіють до позиції підмета (**SV**O), а назви інших реалій (неістот, рослин, тварин – *tri*, *fish*) – до позиції прямого додатка (S**VO**).

У ситуаціях (1б) та (2б) при семантично перехідному дієслові (*plaan*, *sel*) наявний лише один актант (*tri*, *fish*) – “учасник, який не здійснює й не контролює дію, а лише находиться у вирі подій”. При цьому актант займає початкову позицію підмета (**SV**), а позиція додатка залишається незаповненою (**SV-**). Переконані, що позиція підмета для такого актанта уможливлюється метафоричним розширенням ролі агенса: АГЕНС > ЯКИЙ ЗАЗНАЄ/UNDERGOER.

У наведених прикладах одне і те саме дієслово вживається для репрезентації ситуацій з різною кількістю учасників. Загальносеміотичний принцип вимагає розрізнення й належного кодування учасників ситуації. Оскільки морфологічні засоби маркування актантів (агенс, пацієнс) відсутні, рольова ідентифікація досягається порядком слів. Той факт, що АГЕНС > АКТОР (ситуації 1а, 2а) і АГЕНС > ЯКИЙ ЗАЗНАЄ/UNDERGOER (ситуації 1б, 2б) оформлені однаково (займають позицію підмета), пояснюємо комунікативним прицпом економії.

Шляхом позиційної зміни й підвищення синтаксичного статусу складника (ПРЯМИЙ ДОДАТОК > ПІДМЕТ) поверхнева структура дозволяє реципієнтові адекватно декодувати глибинний смисл, оскільки в початкову позицію винесено головного учасника дії/події. У висловлюваннях ***Dem plaan*** *di tri* та ***Shi sel*** *di fish* йдеться про те, ‘ЩО РОБИТЬ ЛОГІЧНИЙ СУБ’ЄКТ ДІЇ’, а в висловлюваннях *Di* ***tri plaan*** та *Di* ***fish*** *sel* – про те, ‘ЩО ВІДБУВАЄТЬСЯ З ЛОГІЧНИМ ОБ’ЄКТОМ ДІЇ’.

Наведений аналіз синтаксичних конструкцій доводить важливу роль іконічності синтаксису в креольських мовах. Лінгвістичні структури прозоро віддзеркалюють когнітивні структури. Синтаксична роль підмета корелює з концептами онтологічної сфери АГЕНС > АКТОР або ЯКИЙ ЗАЗНАЄ/UNDERGOER, а його початова позиція в синтаксичній конструкції співвідноситься з темою, вже відомою інформацією, яка передує новій. Синтаксична роль прямого додатка корелює з концептом онтологічної сфери ПАЦІЄНС і репрезентує рему, нову інформацію в комунікативній (дискурсивній) сфері. Порядок **SVO** віддзеркалює послідовність ‘відома → нова інформація’, ‘тема → рема’.

Отже, аналіз окремих виявів іконічності в контактних мовах, структура яких вирізняється компактністю, дозволив з’ясувати існування кореляції між вмотивованістю одиниць та обсягом лексики, розвиненістю граматичної системи, а також ступенем стабілізації системи. Кількісне збільшення та ускладнення системи (зокрема, лексики) супроводжується зменшенням прозорості мотиваційних зв’язків: “чим більший лексикон, тим більша непрозорість, чим менший лексикон, тим більша прозорість та іконічність” [Romaine 1994, с. 599].

Результати аналізу маніфестації симілятивних зв'язків у контактних мовах дозволяють зробити висновок про універсальність та еволюційно-адаптивну цінність іконічності. Беручи до уваги аналогії між розвитком та структурними особливостями розглянутих систем комунікації та індоєвропейською прамовою, прогнозуємо важливу роль іконічності для різних форм історично ранньої комунікації. Сподіваємося, що наведений аналіз поглибить уявлення про процеси семіогенезу, механізми семіозису та особливості еволюції мислення, розвитку культури й мови.

СКОРОЧЕННЯ НАЗВ МОВ, НАРІЧ І ДІАЛЕКТІВ

англ. – англійська мова
гав.підж. - гавайський піджин
дгр. – давньогрецька мова
ієвр. – індоєвропейська прамова
кариб.англ. – карибський варіант англійської мови
каріок. – каріокський діалект
санскр. – санскрит
т.-п. – ток-пісін
т.т. – діалект Тринідаду і Тобаго
фр. – французька мова
ям. – ямайське наріччя

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Жлуктенко Ю.А. Лингвистические аспекты двуязычия / Юрий Алексеевич Жлуктенко. – К. : Вища школа, 1974. – 176 с.
2. Перехвальская Е. В. Русские пиджины / Е. В. Перехвальская. – М. : Директ-Медия, 2014. – 502 с.
3. Языковые ситуации и взаимодействие языков / Н.Н. Быховец, А.Н. Гаркавец, И. Т. Деркан-баева и др.; отв. ред. Ю. А. Жлуктенко. – К. : Наукова думка, 1989. – 204 с.
4. Bakker P., Parkvall M. Reduplication in Pidgins and Creoles / Peter Bakker, Mikael Parkvall // Studies on Reduplication. Empirical Approaches to Language Typology; Vol. 28 / ed. by Bernhard Hurch. - Berlin, New York : Mouton de Gruyter, 2005. – P. 511-531.
5. English History, Diversity and Change / David Graddol, Dick Leith, Joan Swan, eds. – London, N.Y. : Routledge, 2003. – 394 p.
6. Kephart R. F. "Broken English": The Creole Language of Carriacou / Ronald F. Kephart. – N.Y., Washington D.C., etc. : Peter Lang, 2000. – 203 p.
7. Kozlova T. Iconically Expressible Meanings in Proto-Indo-European Roots and their Reflexes / Tetyana Kozlova // Iconic Investigations / ed. by L. Ellestrom, O. Fischer, Ch. Ljungberg. – Amsterdam, Philadelphia : John Benjamins Publishing Co., 2013. - P. 311-329.
8. Mühlhäusler P. Tok Pisin / Peter Mühlhäusler // Morphologie: Ein Internationales Handbuch Zur Flexion und Wortbildung, Vol. 2 / G. E. Booij, Christian Lehmann, Joachim Mugdan. – Berlin : Walter de Gruyter, 2004. - P. 1755–1765.
9. Romaine S. Germanic Creoles / Suzanne Romaine // The Germanic Languages. – [Ekkehard Konig, Johan van der Auwer, eds.]. – London : Routledge, 1994. – P. 566-603.
10. Romaine S. Pidgin and Creole Languages / Suzanne Romaine. – London : Longman Publishing Group, 1988. – 373 p. - (Foreign Language Study).

11. Verhaar J. W. M. Toward a Reference Grammar of Tok Pisin: An Experiment in Corpus Linguistics / John W. M. Verhaar. – Honolulu : University of Hawaii Press, 1995. - 469 p.

ЛЕКСИКОГРАФІЧНІ ДЖЕРЕЛА

12. (ДДГРС) Дворецкий И. Х. Древнегреческо-русский словарь; Т. I–II (ок. 70000 слов) / Иосиф Хананович Дворецкий. – Москва : Гос. изд-во нац. и иностр. словарей, 1958. – 1904 с.
13. (ADCEU) Dictionary of Caribbean English Usage / ed. By Richard Allsopp. – New York : Oxford University Press, 1996. – 699 p.
14. (DECTTHP) Dictionary of the English/Creole of Trinidad & Tobago: On Historical Principles / ed. by Lise Winer. – Montreal, Quebec : McGill-Queen's Press - MQUP, 2009. – 1072 p.
15. (IEED) Indo-European Etymological Dictionary - Indogermanisches. Etymologisches Wörterbuch (J. Pokorny, 1959). A Proto-Indo-European language lexicon, and Etymological Dictionary of Early Indo-European languages scanned and recognized by George Starostin [Електронний ресурс]. - Moscow. - 1104 p. - Режим доступу: http://dnghu.org/indoeuropean.html
16. (MWSED) Monier-Williams M.A Sanskrit-English Dictionary: Etymologically and Philologically Arranged with Special Reference to Cognate Indo-European Languages [Електронний ресурс] / Sir Monier Monier-Williams // Cologne Digital Sanskrit Dictionaries. - Köln : Universität zu Köln Institut für Indologie und Tamilistik, 2012. – 1333 p. - Режим доступу: http://www.sanskrit-lexicon.uni-koeln.de/monier/
17. (SPDM) Simonson D. Pidgin to Da Max / Douglas Simonson, Pat Sasaki, Ken Sakata. - Honolulu, HI : Bess Press, 2005. – 200 p.

Оригінал статті надійшов до редакційної колегії 8 жовтня 2015 р.

Козлова Т. О., к. филол. н., доц.,
Запорожский национальный університет, г. Запорожье

РАЗВИТИЕ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ КОНТАКТНЫХ ЯЗЫКОВ В АСПЕКТЕ ТЕОРИИ ИКОНИЧНОСТИ

В статье анализируется роль иконичности в эволюции контактных языков. Доказано, что иконичность является продуктивной семиотической стратегией в ранних формах коммуникации, а использование имитативных ресурсов, апелляция к образности звукоизображения, диаграмматичности морфологической структуры слова и синтаксических конструкций в пиджинах и креольских языках имеют виталистическое значение в условиях острой необходимости установления контакта, прозрачности коммуникации и взаимопонимания в группе носителей различных языков.

Ключевые слова: *контактный язык, образная иконичность, звукоизображение, диаграмматическая иконичность, редупликация, тавтология, семантический синкретизм.*

***Kozlova T. O.*,** Ph.D. (Philol.Sc.), Associate Professor
Zaporizhzhya National University, Zaporizhzhya

ICONICITY IN THE DEVELOPMENT AND FUNCTIONING OF CONTACT LANGUAGES

The article examines the role of iconicity in the development and functioning of contact languages. It is argued that iconicity (similarity between the signifier and the signified) is a common semiotic strategy in the early forms of communication. The iconic features of onomatopoetic images, morphological and syntactic diagrams are valuable for pidgin and creole speakers, vital for communicative transparency and mutual intelligibility in the multicultural contact environment.

Keywords: *contact language, imagic iconicity, onomatopoeia, diagrammatic iconicity, reduplication, tautology, semantic syncretism.*

УДК 81’255:659.1=8111.111=811.161.2

Колодій Б. М., к. філол. н., ***Ярошенко К. Є.,*** студ.,
Інститут філології КНУ ім. Тараса Шевченка, м. Київ

ВІДТВОРЕННЯ ПРАГМАТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ДЕЯКИХ СКЛАДОВИХ РЕКЛАМНОГО ТЕКСТУ У ПЕРЕКЛАДІ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ (НА МАТЕРІАЛІ АНГЛОМОВНОЇ РЕКЛАМИ ПАРФУМЕРНО-КОСМЕТИЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ)

У статті розглядаються особливості відтворення прагматичного потенціалу деяких складових рекламного тексту (слоганів та інформаційної частини) українською мовою на матеріалі англомовної реклами парфумерно-косметичної продукції.

Ключові слова: *прагматичний потенціал, переклад, рекламний текст, слоган, інформаційна частина, парфумерна продукція, косметична продукція.*

Інтеграція України у світове співтовариство є характерною та беззаперечною тенденцією на сучасному етапі її розвитку. Цей глобальний процес здійснює неабиякий вплив і на те, що інтерес до вивчення реклами, яка має велике значення у житті сучасного суспільства і давно вже стала його невід’ємною частиною, невпинно зростає, про що свідчать наукові праці, присвячені дослідженню різноманітних аспектів реклами [10], [11], [12], [13] та ін. Особливо значним за своєю кількістю у цій галузі є сегмент праць, спрямованих на вивчення англомовної реклами. Це пояснюється тим, що саме англомовна реклама, як і інші типи медіатекстів, створених англійською мовою, займає панівне місце у світовому інформаційному просторі, з точки зору як об’єму, так і здійснюваного впливу.

Актуальність дослідження зумовлена важливістю вивчення механізмів вербального впливу рекламних текстів, аналізу мовних засобів, що обираються для

забезпечення функціональної логічної й емоційної аргументації в рекламних повідомленнях із метою приваблення та спонукання цільової аудиторії до дії, а відповідно – й задля реалізації прагматичного потенціалу рекламного тексту.

Метою даної статті є дослідити й проаналізувати зразки перекладу деяких складових рекламних текстів (слоганів, інформаційної частини рекламного тексту, надалі – ІЧРТ) парфумерно-косметичної продукції (надалі – ПКП), систематизувати мовні засоби, що в них використовуються, з точки зору прагматики, та виявити особливості перекладацьких стратегій, що застосовуються при передачі прагматичного потенціалу в рекламних оголошеннях парфумерної та косметичної продукції.

Об'єктом дослідження обрано англомовні рекламні тексти ПКП та їхній переклад українською мовою. **Предмет** дослідження – прагматичний потенціал деяких складових рекламних текстів як функціональний фактор ефективності.

Матеріал дослідження – це значний масив рекламних текстів ПКП (як однієї з найчастіше рекламованих груп товарів) у мережі Інтернет. У статті проаналізовані такі складові рекламних текстів, як слогани та розширені описи продукції (ІЧРТ), наявні у мережевих магазинах.

Реклама – це відгалуження масової комунікації, в межах якого створюються та розповсюджуються інформативно-образні, експресивно-сугестивні повідомлення, адресовані групам людей із метою заохотити їх до вибору чи вчинку, які вважає доцільними рекламодавець. Фактично це інформація, що розповсюджується платно у будь-якій формі та за допомогою будь-яких засобів і представляє ідеї, товари чи послуги від імені певного спонсора. Реклама покликана формувати або підтримувати інтерес до конкретної юридичної або фізичної особи, ідей, товарів і сприяє реалізації таких ідей чи товарів [7, с. 176].

Наявність прагматичного потенціалу (тобто здатності тексту до створення комунікативного ефекту [6, с. 209]) в рекламі є беззаперечною, адже вона здійснює різноплановий вплив на людину. При цьому такий вплив може бути як прямим – при перегляді телепрограм, прослуховуванні радіо, читанні друкованих видань, так і опосередкованим. Таким чином, дія реклами на формування ідей, поведінку людей, навіть на суспільну свідомість (як у випадку політичної реклами) може реалізуватися і через спілкування осіб між собою, тобто поза межами текстуального дискурсу.

У наш час вплив реклами на суспільство не обмежується лише регулюванням споживацької поведінки цільової аудиторії: з другої половини XX століття бурхливий розвиток реклами призвів до того, що на сучасному етапі вона уособлює певну культуру та сукупність знань, певний вид соціальної комунікації. Саме з цієї причини рекламу слід розглядати системно, як об'єкт наукового пізнання. Адже сутність реклами – у формуванні взаємозв'язків, у встановленні каналів спілкування між рекламодавцем і цільовою аудиторією.

Приблизно з 70-х років XX століття перекладознавці починають досліджувати тексти, переклад яких вимагає супровідного опрацювання явищами не стільки перекладу, скільки мовного посередництва, до якого належить адаптація [2, с. 24]. Відповідно, досягнення запланованого комунікативного ефекту, задля якого передбачається

необхідна прагматична адаптація, «виходить за межі перекладу як процесу створення тексту, що комунікативно рівноцінний оригіналу» [2, с. 40].

Більшість рекламістів і перекладачів реклами сприймають її вербальну складову, тобто власне текст іноземною мовою, виключно як засіб розуміння суті, ідеї рекламованого товару. Існують випадки, за яких тексти рекламних оголошень навіть не перекладаються, а повністю переписуються, створюються з самого початку з урахуванням національної специфіки країни споживача. У зв'язку з цим науковець Т. Гаврилів говорить про «підміну істинного перекладу адаптацією» та «наведення більш вільної версії, тобто такий переклад, коли перекладач відступає від тексту далі припустимих меж» [5, с. 56]. Фактично перекладацька адаптація є відмінним від класичного перекладу видом діяльності.

У випадках, коли точний переклад є недоречним, перекладач використовує приблизні за змістом фрази, неодмінно враховуючи етнічні, соціальні та національні особливості, біхевіоральні стереотипи конкретної цільової аудиторії, для якої призначена рекламована продукція.

Рекламний дискурс має пограничний характер і тісно пов'язаний із різними науками, серед яких психологія [8]. Більшість дослідників реклами під час її вивчення неабияку увагу приділяють явищу мовного маніпулювання.

Мовне маніпулювання – це свідомий відбір і використання таких мовних засобів, за допомогою яких можна здійснювати вплив на адресата повідомлення. Здебільшого у рекламній практиці мовне маніпулювання передбачає такий вплив на споживача, який споживач не усвідомлює, внаслідок чого сприймає його як частину об'єктивної інформації про певний товар. Натомість суттю мовного маніпулювання є не об'єктивний опис дійсності, а «варіанти її суб'єктивної інтерпретації» [1] з метою конкретного впливу на адресата.

Науковці виділяють три головних напрямки мовного маніпулювання в рекламі [9, с. 314]:

1) *Вплив на емоції*. Вплив на емоційну сферу людини надзвичайно важливий у рекламі, оскільки загальна емоційна реакція, що викликана рекламним повідомленням, автоматично транспонується на сам товар і згодом суттєво впливає на споживацький вибір.

Очевидним є те, що в ідеалі перекладені рекламні повідомлення мають викликати ті ж емоції, що і їхній оригінал.

При перекладі складових рекламних текстів [4, с. 300] варто звернути увагу на той факт, що емоції сильніші та менш опосередковані, ніж логічні установки. Через це їх простіше «моделювати та закріплювати» при передачі цільовою мовою. Окрім того, варто також зазначити, що при створенні реклами рекламодавці та рекламні агенції намагаються викликати як позитивні, так і негативні емоції. Спектр позитивних емоцій активується частіше, адже більшість продуктів, котрі рекламуються, мають заплановано асоціюватися із задоволенням, піднесеним настроєм, прагненням до мрії і т.ін. Наприклад: *L'oreal – Because you're worth it [20]. – L'oreal – Адже я цього варта [21].*

У наведеному прикладі слогану відомої французької марки, окрім мовного маніпулювання, простежується й реалізація прагматичного потенціалу оригінального тексту шляхом прагматичної адаптації: займенник *you* замінено на *я*, що сприяє більш тісному контакту із потенційним споживачем.

2) *Соціальні установки*. В цьому випадку мовне маніпулювання спирається на важливість стосунків людини та суспільства, важливість позиції людини в соціумі. На даному етапі розвитку людства досягнення соціального успіху з точки зору суспільної думки є частовживаним важелем у створенні реклами.

Найчастіше в таких випадках увага адресата акцентується на прагненні до лідерства або певних професійних якостях, наприклад: *Max Factor. The make-up of make-up artists* [22]. – *Max Factor. Косметика професіоналів* [23].

У даному прикладі, де в оригіналі реклами косметичного бренду для підсилення впливу на споживача були застосовані гра слів – використання повторюваних іменника та прикметника «make-up» – та лексема «artist», що в широкому значенні відповідає українському «митець», у перекладі ж було відтворено за допомогою прийомів застосування: а) одного зі словникових відповідників «make-up» – «косметика» та б) генералізації – словосполучення «make-up artists» – було перекладено за допомогою ширшого за своїм значенням «професіонали». На нашу думку, у першому випадку словосполучення «декоративна косметика» було б надто довгим для слогану, а слово «візажисти», як один із відповідників «make-up artists», є не зовсім звичним для пересічного українського споживача та менш уживаним, тому застосування іменника «професіонали» є обґрунтованим.

3) *Картина світу*. Кожна людина має власний світогляд. Її знання, досвід і відчуття разом створюють єдину картину світу, яка відрізняється від загальноприйнятої за певними суб'єктивними особистісними оцінками. У рекламі ж людина зустрічає не об'єктивну картину світу, а її інтерпретацію. Досить часто автори реклами намагаються переконати споживача, що саме з рекламованим продуктом світ змінюється на краще. Афоризми, безапеляційні заяви – все це застосовується в оригінальній і перекладній рекламі. Наприклад: *Nivea men. It starts with you* [26]. – *Nivea men. День починається з тебе* [27].

У вищенаведеному рекламному слогані відомої німецької компанії при перекладі був застосований прийом конкретизації – безособову конструкцію із займенником «it», завдяки чому англійське речення сприймалося більш абстрактно, українською мовою було замінено на зрозуміліше для вітчизняного споживача речення «День починається з тебе», що є алюзією на велику кількість фраз, які вже стали звичними для вуха пересічного українця, на кшталт «День починається з чашечки кави…, день починається з бадьорого ранку» і т.ін. Таким чином, на нашу думку, перекладачу вдалося повною мірою досягти відтворення прагматичного потенціалу, закладеного в тексті оригінального рекламного слогану.

Як зазначалося вище, матеріалом для даної статті слугували рекламні тексти ПКП, знайдені нами у мережі Інтернет, адже саме Інтернет-реклама на даному етапі розвитку суспільства набуває все більшого значення, що є цілком закономірним явищем. У порівнянні з традиційними телевізійною та радіорекламою, а також із

рекламою в друкованих засобах масової інформації, реклама у мережі більш ефективно привертає увагу потенційних покупців. Зацікавлений споживач має можливість одразу перейти на сторінку самого продукту, ознайомитися з детальною інформацією про нього та миттєво здійснити покупку. Тому за результативністю серед усіх засобів розміщення реклами найвищий показник демонструє саме Інтернет-реклама.

З точки зору перекладу українською мовою іноземних рекламних текстів, реклама в мережі Інтернет є найдинамічнішою, а це відкриває для перекладача широкі можливості із застосування мовного інструментарію.

За результатами проведеного дослідження й аналізу оригінальних і перекладних рекламних слоганів ПКП у мережі Інтернет нами були виокремлені чотири стратегії їхнього перекладу:

1. Відсутність перекладу. Існує ряд рекламних слоганів, які взагалі не перекладаються. Передусім, це пов'язано з політикою іноземної компанії-рекламодавця. До того ж, переважна більшість цієї складової рекламного тексту надто лаконічні й самодостатні для перекладу, який міг би зашкодити всезагальній упізнаваності марки. Тому в іноземній країні реклама транслюється в оригінальній формі з аудіовізуальним супроводом. Наприклад: *Dior. J'adore Dior* [16].

2. Прямий переклад. Ця стратегія перекладу рекламних повідомлень переважно застосовується, коли необхідно перекласти досить великий об'єм тексту, що містить надзвичайно багато інформації про товар чи послугу. В решті випадків перекладу рекламованої продукції перекладачі намагаються не зловживати прямим перекладом, адже він найменше враховує соціолінгвістичні особливості мови перекладу. Проте трапляються вдалі для прямого перекладу випадки, коли за його допомогою відтворюються цільовою мовою не лише великі за обсягом тексти, а й відносно короткі слогани, наприклад: *Hugo Boss. Your fragrance. Your rules* [19]. – *Hugo Boss. Твій аромат. Твої правила* [19].

В оригіналі вищеподаного рекламного слогану парфумів його автори намагалися привернути увагу споживачів за допомогою прийому повторення. Це надзвичайно поширений у рекламі засіб підвищення функціональності вербальної складової повідомлення. При прямому перекладі українською цей прийом було повністю передано, завдяки чому ритмічність й емоційність тексту були збережені і, таким чином, відтворення прагматичного потенціалу, закладеного в тексті оригінального рекламного слогану, було досягнуто повною мірою.

3. Перекладацька адаптація. Ця перекладацька стратегія застосовується, коли оригінальну рекламну фразу неможливо просто перекласти українською мовою, зважаючи на певні лінгвістичні або екстралінгвістичні передумови. В таких випадках перекладач змушений вдатися до прийомів адаптації, оскільки вихідний текст необхідно перекласти з його видозміною, відповідно до норм мови перекладу. Наприклад: *Fa. Feel fantastic* [17]. – *Fa. Фантастичні відчуття* [18].

4. Ревізія. Це особлива стратегія перекладу, що передбачає формування цілковито нового рекламного тексту. У таких випадках рекламні тексти взагалі не перекладають, а, натомість, знаходять їхній «семантичний еквівалент» [10, с. 24].

Maybe she's born with it, maybe it's Maybelline [24]. – *Усі в захваті від тебе, а ти – від Maybelline* [25].

У даному прикладі перекладу, окрім неперекладеної назви рекламованого товару, – повністю переопрацьований слоган. Це викликано неможливістю відтворення змісту оригіналу шляхом прямого перекладу або адаптації. Застосування даного прийому перекладу, на нашу думку, є досить вдалим, адже перекладний варіант цілком передає піднесений настрій оригінального рекламного тексту, мета якого – переконати споживачів жіночої статі у тому, що вони будуть неперевершеними за умови придбання рекламованої продукції.

Важливо зазначити, що на сьогодні ПКП становить значний сегмент рекламного простору. Попри те, що товари з цієї категорії не входять до групи найнеобхідніших, невпинний розвиток даної галузі промисловості та постійні зміни асортименту сприяють розповсюдженому рекламуванню виробів такого типу. Так, згідно з дослідженнями науковців, незважаючи на макроекономічні негаразди та політичні пертурбації, глобальний продаж ПКП у 2014 р. зріс на 5% і склав 465 млрд. доларів [3].

При перекладі рекламних текстів ПКП перекладачу надзвичайно важливо зосередити свою увагу на цільовій аудиторії, на яку розрахований конкретний товар. Безумовно, більшість рекламних повідомлень ПКП створені для потенційного споживача жіночої статі. Відповідно, в таких рекламних оголошеннях ПКП часто наявні ґендерні маркери, які необхідно відтворювати при перекладі.

Дослідження зразків рекламних текстів визначеної групи товарів виявило певні особливості в її межах. Як уже зазначалося вище, першочерговим завданням перекладача є передача духу та контексту оригіналу, а у перекладі реклами – ще й прагматичного потенціалу. З цієї точки зору, варто зауважити, що переклад реклами парфумерної продукції дещо відрізняється від косметичної.

*Парфумерна продукція***.** Аналізуючи оригінальні та перекладні рекламні повідомлення парфумерної групи товарів (а саме: інформаційну частину рекламного тексту [4, с. 301]), варто відзначити передусім їхню підкреслену образність, гіперболізовану експресивність, часте використання загально-оцінних і конкретно-оцінних прикметників, а також поширене застосування метафор та епітетів. Наприклад:

ANCESTRY for Women Eau de Parfum – A powerful, feminine fragrance with a harmonic structure. Rich, exquisite with natural ingredients such as Bergamot, Blackcurrant, Egyptian Jasmine, Orange Flower Absolute which blend perfectly to a unique and elegant character [14]. – ANCESTRY Парфумована вода для жінок – Жіночний аромат, який полонить гармонією своїх складових. Багата на відтінки формула, унікальна завдяки вишуканим природним складникам, таким як бергамот, смородина, єгипетський жасмин і квіти апельсину. Ідеально доповнить елегантний стиль і підкреслить неповторність кожної виняткової особистості [15].

У даному прикладі для відтворення прагматичного потенціалу оригіналу шляхом адаптації було використано переважно лексико-синтаксичні трансформації. Так, опущення прикметника «*powerful*» є обгрунтованим, оскільки український відповідник «*потужний*» не відповідає жіночному образу, який повинен виникнути у реципієнта. Словосполучення *«with a harmonic structure»* перекладено підрядним реченням «*який полонить гармонією своїх складових»*, що є більш образним, ніж оригінал, та відповідає загальній тональності опису аромату. Додавання лексеми «*формула»* в

українському варіанті полегшує розуміння фрази. Ймовірно, з тією ж метою друге речення оригінального повідомлення було розділено на два окремих у перекладі, хоча така трансформація не була необхідною. При перекладі другої частини останнього речення були застосовані прийоми перестановки «*elegant character» – «елегантний стиль»* та додавання «*blend perfectly to a unique … character*» *– «підкреслить неповторність кожної виняткової особистості».*

За результатами проведеного дослідження перекладу рекламних оголошень парфумерної продукції (у статті було подано обмежену кількість прикладів з огляду на великий об'єм рекламних текстів) слід виокремити такі характерні для них ознаки:

- у перекладі ІЧРТ парфумерної групи товарів можна помітити своєрідні перекладацькі «імпровізації», що проявляються у численних відхиленнях від оригіналу на всіх рівнях;

- реклама парфумерної продукції з текстуальним компонентом неодмінно вимагає переліку й опису елементів ароматичної композиції. Ними є ноти (ольфакторні складові) аромату, які у рекламному повідомленні виконують інформативну функцію, бо завдяки їхньому зазначенню потенційний покупець обирає той чи інший товар. Саме цей інформативний компонент при перекладі необхідно відтворювати з максимальною точністю;

- загалом можна сказати, що переклад ІЧРТ парфумерної продукції є досить вільним. Першочергове завдання перекладача – відтворити емоційну насиченість та образність оригіналу, не втративши при цьому інформаційного компонента реклами.

Косметична продукція. Специфіка даної групи товарів накладає відбиток на стиль і ступінь інформаційної наповненості ІЧРТ. В оригінальних і перекладних зразках текстів реклами косметичної продукції найчастіше наявний опис основних характеристик товарів, їхніх ключових переваг, зазначення новизни або винятковості. Порівняно з рекламою парфумерії, ІЧРТ, що рекламують косметику, є менш образними. Наприклад:

Artistry essentials. Moisture Intense Masque. A relaxing masque that provides an immediate moisture boost to your skin. Improves texture and smoothes and softens your skin leaving it feeling buttery soft [14]. *– Artistry essentials. Інтенсивна зволожувальна маска. Ця маска миттєво глибоко зволожує шкіру, дозволяючи їй розслабитись. Створена для покращення структури і гладкості шкіри, вона залишає її оксамитно ніжною і м'якенькою* [15].

З метою відтворення прагматичної адаптації в цьому прикладі перекладачем були застосовані різноманітні перекладацькі трансформації. Порівнюючи оригінал і переклад, можна помітити, що українською рекламне повідомлення звучить більш м'яко й образно. Це досягається за допомогою використання прийомів перестановки; додавання дієприслівникового та дієприкметникового зворотів, а також передачі словосполучення «*buttery soft»* за допомогою описового прийому – «*оксамитно ніжною і м'якенькою*», при чому лексему *«soft»* в українському варіанті було відтворено прикметником із пестливим суфіксом *«м'якенька*».

За результатами проведеного дослідження перекладу ІЧРТ косметичної продукції слід виокремити такі характерні для них ознаки:

- менша образність, як вже зазначалося вище, у порівнянні із ІЧРТ парфумерної продукції;

- прагматичний потенціал прикметників у межах англомовних оголошень при перекладі українською мовою часто відтворюється за допомогою зменшувальних суфіксів: *smooth skin – гладенька шкіра, soft hair – м'якеньке волосся*;

- основні переваги рекламованих товарів подаються у досить лаконічній формі, із передбачуваним застосуванням низки «функціональних» слів: *захист/захищає, зволоження/зволожує, піклування/піклується, омолодження/омолоджує* тощо. При цьому такі слова, що з точки зору свого семантичного наповнення позначають функціональні властивості товару, найчастіше комбінуються із емоційно забарвленими одиницями, якими здебільшого є прикметники або прислівники;

- велика кількість помилок та застосування при перекладі непритаманних українській мові конструкцій. Ця тенденція, зокрема, є характерною для сайтів великих мультибрендових інтернет-магазинів, розрахованих на цільову аудиторію з усього світу.

Таким чином, проведене вище дослідження дає змогу зробити висновок про те, що переклад деяких складових рекламних текстів ПКП з англійської мови вимагає від перекладача окрім наявності фонових знань у даній галузі, ще й розуміння комунікативного наміру оригінального рекламного тексту з метою повноцінного відтворення його прагматичного потенціалу цільовою мовою. Логічність, ясність, доступність рекламного тексту та такі його складові, як образність і емоційна насиченість, мають максимально повно бути передані при перекладі, адже всі ці компоненти спрямовані на завоювання довіри у споживача до рекламованого товару та переконання його придбати цей товар.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Арутюнова Н.Д. Прагматика // Лингвистический энциклопедический словарь. – М.: Советская энциклопедия, 1990. – С. 389-390.
2. Брандес А.П. Прагматика языка как переводческая проблема / А.П. Брандес // Тетради переводчика. – М.: Международные отношения. – 1979. – С. 65–71.
3. Васюков Г. Глобальный рынок косметики-2014: результаты, динамика, прогнозы и бренды [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://cosmetology-info.ru/5618/news-Globalnyy-rynok-kosmetiki--2014-rezultaty--dinamika--prognozy-i-brendy/].
4. Волосожар С. Особливості побудови рекламного тексту / С. Волосожар // Теле- та радіожурналістика. – К.: 2010. – Вип. 9. – Ч. 1. – С. 299–305.
5. Гаврилів Т. Роздуми про переклад. Монографія / Т. Гаврилів. – Львів: ВНТЛ – Класика, 2009. – 480 с.
6. Комиссаров В.Н. Современное переводоведение: курс лекций / В.Н. Комиссаров. – М.: ЭТС, 1999. – 192 с.
7. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг. Менеджмент. Экспресс-курс. Учебник для ВУЗов. 3-е изд. / Ф. Котлер, К.Л. Келлер. – СПб.: Питер, 2012. – 479 с.
8. Психологія управління в організації: Навчальний посібник / М. Д. Прищак, О. Й. Лесько. – Вінниця, 2013. – 141 с.
9. Ромат Е. В. Реклама. Учебник для ВУЗов 5-е изд. / Е. В. Ромат. – СПб.: Питер, 2002. – 544 с.
10. Солошенко А. Д. Комунікативно-прагматичні аспекти рекламного слогану в межах моделі рекламного впливу (на матеріалах американської побутової реклами): автореф. дис. … канд. філол. наук: спец. 10.02.04 «Германські мови» / А. Д. Солошенко. – Львів, 1990. – 43 с.

11. Тарасова Н. И. Трудности перевода рекламного текста / Н. И. Тарасова // Иностранные языки: теория и методика преподавания. – Архангельск, 2004. – С. 149-158.
12. Fletcher W. Advertising: a very short introduction / W. Fletcher. – Oxford: Oxfrord University Press, 2010. – 140 p.
13. Vizcaino, M. J. G. Code-breaking/code-making: A new language approach in advertising. Journal of Pragmatics, vol. 43(8). – Amsterdam: Elsevier, 2011. – P. 2095-2109.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

14. Amway 1 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.amway.ua/en.
15. Amway 2 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.amway.ua/?code=uk.
16. Dior [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.youtube.com/watch?v=Rm-vBq-1T1k.
17. Fa 1 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.youtube.com/watch?v=fF9CznvAXl8.
18. Fa 2 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.youtube.com/watch?v=ZKWZ2yVaBQo.
19. Hugo Boss 1 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.youtube.com/watch?v=6_VGhEtF-co.
20. L'oreal 1 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.youtube.com/watch?v=AVvyJyfcst4.
21. L'oreal 2 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.youtube.com/watch?v=LEaEHPbi7nM.
22. Max Factor 1 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.youtube.com/watch?v=yZNssUxUgBE.
23. Max Factor 2 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.youtube.com/watch?v=nKlHRtyUjvk.
24. Maybelline 1 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.youtube.com/watch?v=-AgkAUembtQ.
25. Maybelline 2 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.youtube.com/watch?v=GDTqRtFoG-M.
26. Nivea 1 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.youtube.com/watch?v=BTe5Y-4-bgU.
27. Nivea 1 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.youtube.com/watch?v=s1xMV8fX_wI.

Стаття надійшла до редакції 31.08.2015 р.

Колодий Б. Н., канд. филол. н., ***Ярошенко К. Е.,*** студ.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

ВОСПРОИЗВЕДЕНИЕ ПРАГМАТИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА НЕКОТОРЫХ СОСТАВЛЯЮЩИХ РЕКЛАМНОГО ТЕКСТА ПРИ ПЕРЕВОДЕ НА УКРАИНСКИЙ ЯЗЫК (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ РЕКЛАМЫ ПАРФЮМЕРНО-КОСМЕТИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ)

В статье рассматриваются особенности воспроизведения прагматического потенциала некоторых составляющих рекламного текста (слоганов и информационной части) в украинском

переводе на материале англоязычной рекламы парфюмерно-косметической продукции.

Ключевые слова: *прагматический потенциал, перевод, рекламный текст, слоган, информационная часть, парфюмерная продукция, косметическая продукция.*

Kolodii B. M., Ph.D. in Philol., Associate Professor, ***Yaroshenko K. Y.,*** Stud.,
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

PRAGMATIC POTENTIAL REPRESENTATION OF SOME ELEMENTS OF ADVERTISING TEXTS IN UKRAINIAN TRANSLATIONS (BASED ON ENGLISH-LANGUAGE COSMETIC AND FRAGRANCE ADVERTISEMENTS)

The article is devoted to the representation of pragmatic potential of some elements of advertising texts into Ukrainian (slogans and informational part) based on English-language cosmetic and fragrance advertisements.

Keywords: *pragmatic potential, translation, advertising text, slogan, informational part, cosmetic products, fragrance products.*

УДК 81’42:801.661=133.1

Костюк М.М., к.філол.н., асист.,
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ОСОБЛИВОСТІ ТРАНСФОРМАЦІЙ БІБЛІЙНОГО СИМВОЛУ *БОГ* У ПОЕЗІЇ ФРАНЦУЗЬКИХ СИМВОЛІСТІВ

У статті досліджено роль біблійного символу Бог у поезії французьких символістів. Виокремлено основні лексичні та стилістичні засоби актуалізації символу Бог у контексті, зокрема метафори, порівняння, алюзії та інші.

Ключові слова: *символ, символізм, образ, метафора, метаобраз.*

Біблійні символи лежать в основі багатьох образів поезії французького символізму кін. XIX (зокрема, поезії С. Малларме, Ремі де Гурмона, Г. Кана, Сен-Поль Ру, Рене Гіля, Анрі де Реньє та інших). Біблійні символи належать до традиційних символів, тобто можуть розглядатися як естетичні категорії, що реалізуються через категорії знаку та образу [1, с. 154].

Символ *Бог* є носієм найвищих людських ідеалів, моральної довершеності, справедливості [3, с. 315]. Віра людей у могутність та безмежність Бога породила у французькій мові низку виразів з лексемою “Бог”: “*c’est pas Dieu possible*”, “*Dieu vous entende*”, “*Dieu le veuille !*”, “*plaise à Dieu !*”, “*plût à Dieu !*”, “*Dieu sait*”, “*Dieu* (*en*) *soit loué*”, “*grâce à Dieu*”, “*Dieu merci*”, “*Dieu m’en préserve*”, “*Dieu m’en garde*”, “*bon Dieu !*”, “*juste Dieu !*”, “*à Dieu ne plaise !*”.

Традиційний символ *Бог* у поезії символістів може з’являтися як згадування (“*Nous soupâmes hier…*” Е. де Реньє; “*Alouettes*” Сен-Поль Ру) або як частина тропа,

що асоціюється з образом і стає ключем до основної ідеї поезії (“*Prélude*” Е. де Реньє; “*Dea*” Сен-Поль Ру). Цей символ найчастіше вербалізується у поезії французьких символістів за допомогою лексеми “Dieu”, рідше – лексеми “Seigneur”. Традиційний символ *Бог* неможливо інтерпретувати раціональним шляхом, тому цей символ має багато різних значень, більшість з яких закріплені в культурі.

Розширення значення символу відбувається, як правило, за допомогою вербальних засобів. Так, у вірші “*Oiseaux*” Сен-Поль Ру спостерігаємо утворення складеної лексеми “Dieu-voit-tout”, яка реалізується у метафорі: “*Possible explication du Dieu-voit-tout qui surprenait notre enfance !*” (APS – S.-P. Roux. Oiseaux). Цікавим є вживання саме дієслова “surprendre”, що має неоднозначні конотації – “захоплювати, оволодівати, розкривати, дивувати тощо”.

У цьому ж вірші символ *Бог* актуалізується внаслідок символічного прочитання метафори: *En effet Dieu c’est la fille, le garçon, le riche, le mendiant, celui qui souffre et celui qui jouit, celui qui nous aide et celui qui nous éprouve, celui qui récompense et celui qui châtie, – c’est enfin tout le monde à la fois. N’aveuglez pas Dieu !* (APS – Saint-Pol-Roux. Oiseaux). Так, символ *Бог* і розгорнута метафора “*tout le monde à la fois*” інтегруються в один метаобраз БОГ – УВЕСЬ СВІТ на підставі метонімічного заміщення ЛЮДСТВО замість БОГА. Вербалізації цього метаобразу сприяє прийом вживання ситуативних антонімів: “souffrir – jouir”; “aider – éprouver”; “récompenser – châtier”. Цей прийом, який базується на основі контрастів, яскраво унаочнює різносторонні функції та ролі Бога. Таким чином, нанизування однорідних членів речення та влучна антонімія унаочнюють символ, унаслідок чого відбувається розширення його значення.

У вірші Сен-Поль Ру “*Alouettes*” символ *Бог* взаємодіє з образом *очі*, який розкривається через ряд метафоричних виразів та розуміється як місце, де живе душа: *Ouïs-tu pas la cloche tendre du bon Dieu courtiser de son tisonnier de bruit les yeux, ces belles-de-jour, les yeux blottis dessous les cendres de la nuit ?* (APS – Saint-Pol-Roux. Alouettes). Уживання епітета з позитивною конотацією “bon” сприяє створенню доброго та позитивного образу Бога. Імпліцитна присутність жайворонка (поет вживає слово “alouette” тільки у назві поезії) відсилає нас до створення ще одного важливого метаобразу БОГ – ТАМ, ДЕ НЕБО на підставі метонімічного заміщення ПТАХ – НЕБО.

Символ *Бог* взаємодіє також із образом *повітря.* Символіка повітря пов’язана зі світлом, польотом, легкістю та висотою [4, с. 23]. Символ *повітря* набуває значення божественної присутності та чистоти за рахунок уведення епітету “divin”: *Tout soleil, l’Air divin sur de l’eau plane et d’or* (APS – R. Ghil. Lieu de lauriers).

У поезії Е. Реньє “*Prélude*” символ *Бог* реалізується через образ *небо*. Лексема “небо” використовується для створення образу раю, незмінного, неминучого, істинного, такого, що перевищує всі можливі опозиції абсолюту [там само, с. 122]. Символ *Бог* вербалізується шляхом уживання лексеми “ciel”, підкресленої епітетом “sacré”, який наділений особливим емоційним компонентом значення – “священний, непорушний, святий”:

Durant le dur travail de ton nom illustré,
Elude sa tristesse en quelque cendre amère
Laisse le bûcher d’or fumer au ciel sacré ! (APS – H. de Régnier. Prelude).

Символ *nmax* має високий рівень символічності, оскільки він досить розповсюджений у культурах багатьох народів. Птах є архетиповим образом духу, душі [4, с. 159]. Птахи символізують божественну сутність, свободу, натхнення, вони співвідносяться (в системі стихій) з повітрям та (у просторовій символіці) з верхом [там само]. Символ *nmax* має високу частотність використання в поетичних текстах символістів, при чому поети часто конотативно збагачують цей символ. Отже, спостерігається розширення семантики цього символу. Так, птах символізує очі Бога, а отже, і самого Бога. Для реалізації цього символу поет вдається до декількох прийомів. Перш за все, це уживання наказової форми в заперечній формі: *Ne tuez donc pas les oiseaux !* Крім того, відбувається логічне розгортання думки, вірша є досить вдало оформлений з точки зору риторики:

Ne tuez donc pas les oiseaux !
Ne tirez pas sur eux la paupière de la mort !
Ne crevez pas les yeux qui volent !
N'aveuglez pas Dieu ! (APS – Saint-Pol-Roux. Oiseaux).

У розвинених релігійно-міфологічних традиціях боги наділяються перш за все функцією творення світу [4, с. 13]. У поезії французьких символістів символ *Бог* відображає значення вищої сили, що загадковим чином створила все живе і неживе на Землі. В одному з віршів Реньє описується процес творення через дієслово "créer", яке означає "творити, породити, заснувати":

Vous eussiez vu, et sans que rien ne les déguise,
Les trois plus belles courtisanes de Venise
Telles que je les vis et que Dieu les créa... (APS – H. de Régnier. Nous soupâmes hier).

Розкриттю значення творення сприяє створення гіперболізованого образу куртизанки та алюзії на богиню краси Венеру ("Venise"). Символічне значення творення реалізується також через образи природних явищ, таких як Земля та море, що вербалізуються за допомогою епітету "divin" та лексеми, яка позначає певне природне явище, тому все, що пов'язано з морем, є божественно прекрасними: *Quel prince, devant qui malgré soi l'on s'incline, Beau comme le matin dans un ciel azuré, Mérite, entre ses bras jalousement serré, De goûter ce beau fruit né de la mer divine ?* (APS – H. de Régnier. C'est Vénus). Таким чином, символ *Бог*, стилістичні прийоми та виражальні засоби утворюють метаобраз БОГ – ТВОРЕЦЬ.

У вірші Ремі де Гурмона метафоричний вираз "des mots divins" реалізує алюзію на речення з Біблії: "Спочатку було Слово, і слово було від Бога і слово було Бог". Саме тому до компонентів символічного значення символу *Бог* можемо також віднести любов та блаженство: *Nous entendrons peut-être, en rêvant sous les pins, / Des mots d'amour, des mots divins, des mots lointains* (APS – Gourmont. Le brouillard).

Символічне значення захисту, милосердя та мудрості актуалізує поєднання епітету "divin" з лексемами, які позначають певні символічні рослини, такі як лавр ("laurier") чи оливкове дерево ("olivier"). Як відомо, лавр символізує безсмертя, тріумф, перемогу та успіх [5, с. 743]. Крім того, лавр уособлює мир, очищення, захист, божественність та таємничі знання [там само]. Метафоричний вираз "ce divin laurier des âmes exilées" образно передає притулок вигнаних душ:

Le glaïeul fauve, avec les cygnes au col fin,
Et ce divin laurier des âmes exilées
Vermeil comme le pur orteil du séraphin
Que rougit la pudeur des aurores foulées (MSW – S. Mallarmé. Les fleurs).

Олива символізує мир, перемогу, радість, чистоту, досконалість; це благословенне дерево в християнській традиції [там само, с. 743]. Символ *олива*, лексема "air", епітет "divin" та інші засоби образності виявляють імпліцитну присутність Бога:

Pas une aile ne rame : et, sur la plane mer
Des gramens doux et plans, un zéphir ne ramage
Par les rameaux au somme empli d'azur et d'air
Des oliviers divins et des lauriers pleins d'âge (APS – R. Ghil. Lieu de lauriers).

Варіантом традиційного символу *Бог* є символ *Бог-Отець*, який найчастіше з'являється у тріаді *Бог-Отець, Бог-Син* та *Бог-Дух*. У поезії французьких символістів символ *Бог-Отець* має значення любові та глибокої довіри. Згідно із засадами християнства, Бог є батьком Ісуса, який врятував увесь світ. Ілюстрацією того, що саме ця роль Бога є домінуючою, може слугувати перший рядок із молитви "Отче наш" ("Notre père qui êtes aux cieux…"). Створенню величності образу Бога сприяє вживання вигуку та звертання (що імпліцитно позначає вияв глибокої довіри та любові людини до Бога): "*ô Dieu père*"*:*

Vu là-HAUT, noire Terre où veille seul et prie
L'hosanna des grands lis pleins d'une eau roide et d'or,
Où le lis, ô Dieu père, et Vous, Vierge Marie ! (APS – R. Ghil. Haut les yeux).

Метафоричний вираз "sceller l'Amour divin": *Toi de Jessé royal provin, Pain mystique, pain sans levain, / Font scellé de l'Amour divin !* (APS – L. Taihade. Introït).

Звертання до Бога як до свого особистого спасителя неодноразово вербалізується у віршах через дієслово "parler", оскільки таке поєднання створює атмосферу прямого спілкування людини з Богом. Значення заступництва Бога реалізується завдяки залученню алюзій на біблійних персонажів:

Très longue et pâle dame en son manoir moderne
Haut en un mont, de sa Terrasse nue, et d'heur
Très pleine au haut des prés où son sourire hiverne,
Très longue et pâle dame elle parle au Seigneur ! (APS – R. Ghil. Haut les yeux).

Іноді символ *Бог* виступає як деталь, вплетена в канву поетичного твору разом з іншими деталями. У поезії символістів образ жінки проявляється передусім в описах її зовнішньої краси. Найвищим ступенем жіночої вроди є її наближеність до чогось вищого, божественного. Так, метафоричний вираз "marcher vers un Dieu" увиразнює спогади ліричного героя про його кохану:

Je vous ai trop aimée en la haute jeunesse
Dont l'éclatant orgueil vous brûlait de son feu,
Au temps où, sans pitié pour ma sombre détresse,
Vous aviez toujours l'air de marcher vers un Dieu (APS – H. de Régnier. Je vous ai trop aimée).

Символ Бог у цьому вірші може інтерпретуватися як втілення справедливості. Бог є уособленням божественного світла, яке важко описати за допомогою матеріальних речей. Малларме переосмислює цю тезу та реалізує її у тексті за допомогою порівняної конструкції "Verbe+comme+Adjectif". Таким чином, символи, образи та засоби образності реалізують метаобраз БОГ – КРАСА:

Le vif oeil dont tu regardes
Jusques à leur contenu
Me sépare de mes hardes
Et comme un dieu je vais nu (MSW – S. Mallarmé. La marchande d'habits).

На особливу увагу заслуговує символ Бог, який належить до групи міфологічних символів. Міфологічні символи мають елементи первинного світосприймання, коли люди ще не могли пояснити певні природні явища [3, с. 313]. У язичництві Бога уявляли не як особу, а як персоніфікацію, в структурі якої особистісне начало відходить на другий план у порівнянні з образом певної стихії, господарської чи соціальної функції (напр.: Феміда – правосуддя, Марс – війна) [4, с. 13]. Згідно з французьким соціологом Е. Дюркгеймом, боги – це уособлення соціальних сил, що діють на людину, але є незрозумілими для неї [там само].

У поезії символістів міфологічний символ Бог реалізується через вживання форми множини: "dieux". Тож, символ *Бог* має значення могутності та величі: *Mais l'antique hippogriffe au vol jamais fourbu / M'a porté sur son aile à la table des Dieux* (MJP – J. Moréas. Ode); значення єдиного судді над людським життям, що призводить до цілковитої покірності людей: *Mais si, parfois, Chloris préfère d'autres jeux, Elle est son propre amant et sa propre maîtresse, Se contente elle-même, et laisse faire aux Dieux !* (RHP – H. de Régnier. Chloris, aux bras de son amant); значення фізичної та моральної довершеності: *Viens, le monde incréé attend de notre rêve / Ses lois, ses joies, les dieux qui font fleurir la sève / Et le vent qui fait luire et bruire les feuilles* (GRP – R. de Gourmont. Le brouillard).

Таким чином, дослідження біблійного символу *Бог* через текст поезії французького символізму дає можливість простежити його динаміку та еволюцію в індивідуальних системах поетів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аверинцев С.С. Символ // Литературный энциклопедический словарь / Под общ. ред. В.М. Кожевникова, П.А. Николаева. – М. : Советская энциклопедия, 1987. – С. 378-379.
2. Кобозева И.М. Лингвистическая семантика / Ірина Михайлівна Кобозева. – М. : ЛИБРОКОМ, 2009. – 352 с.
3. Маслова В.А. Когнитивная лингвистика: учеб. Пособие / В.А. Маслова. – 2-е изд. – Мн. : ТетраСистемс, 2005. – 256 с.
4. Словарь символов и знаков / [авт.-сост. В. В. Адамчик]. – М. : АСТ, Мн. : Харвест, 2006. –240 с.
5. Энциклопедия символов / [сост. В.М. Рошаль]. – М. : АСТ; СПб. : Сова, 2008. – 1007, [1] с.: ил.
6. Langue française. La stylistique entre rhétorique et linguistique / [sous la direction de B. Combettes, E.S. Karabétian]. – P. : Larousse, 2002. – 127 p.

Дата надходження до редколегії – 15.10.2015 р.

Костюк М. Н., к.филол.н., ассистент
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

ОСОБЕННОСТИ ТРАНСФОРМАЦИЙ БИБЛЕЙСКОГО СИМВОЛА БОГ В ПОЭЗИИ ФРАНЦУЗСКИХ СИМВОЛИСТОВ

В статье исследована роль библейского символа Бог в поэзии французских символистов. Выделены основные лексические и стилистические средства актуализации символа Бог в контексте, а именно метафоры, сравнения, аллюзии и др.

Ключевые слова: *символ, символизм, образ, метафора, метаобраз.*

Kostiuk M.M., Ph.D. (Philol.Sc.), Assistant Professor
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

THE PECULIARITIES OF TRANSFORMATIONS OF BIBLICAL SYMBOL GOD IN THE POETRY OF FRENCH SYMBOLISTS

This article studies the role of biblical symbol God in the poetry of French symbolism. The basic lexical and stylistic means of the realization symbol God in the context such as metaphor and comparison have been highlighted.

Keywords: *symbol, symbolism, image, metaphor, metaimage.*

УДК 811.111’42

Котов М.В., к. філол. н., доц.,
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, м. Харків

ОСОБЛИВОСТІ ВЗАЄМОДІЇ ВЕРБАЛЬНИХ І НЕВЕРБАЛЬНИХ КОМУНІКАТИВНИХ КОМПОНЕНТІВ У СИТУАЦІЇ ДИСКУРСИВНОЇ АДАПТАЦІЇ ОСОБИСТОСТІ ПРИ СПІЛКУВАННІ АНГЛІЙСЬКОЮ ЯК ЛІНГВА ФРАНКА

Стаття присвячена дослідженню взаємодії вербальної та невербальної складових комунікативних процесів у ситуації дискурсивної адаптації полікультурної дискурсивної особистості при спілкуванні англійською як лінгва франка. У залежності від рівня адаптованості спостерігається варіювання застосування вербальних та невербальних комунікативних компонентів за кількісними та якісними показниками.

Ключові слова: *дискурсивна адаптація, полікультурна дискурсивна особистість, англійська як лінгва франка, невербальні комунікативні компоненти.*

Глобалізаційні та міграційні процеси, які є характерною ознакою сучасності, зумовлюють високу щільність міжкультурних контактів, які відбуваються мовою-посередником, що нею виступає англійська. Статус англійської як мови міжнародного

спілкування, лінгва франка (ЛФ) сучасності, разом із очевидними розбіжностями у її використанні комунікантами, для яких англійська рідною не є, дозволяє вести мову про появу окремого об'єкту дослідження, про, у термінах Д. Крістала, «нову соціолінгвістичну реальність для мільйонів по всьому світу» [7], що й зумовлює **актуальність** нашого дослідження.

Під поняттям англійської як лінгва франка (АЛФ) розуміємо англійську як засіб комунікації людей із різними рідними або «першими» мовами [14]; єдину, спільну мову комунікації представників різних лінгвокультур [10, с. 928; 11, с. 200]. У ситуації комунікативної взаємодії англійською як ЛФ можуть брати участь і представники англійської лінгвокультури, хоч, як зазначає А. Коґо, АЛФ та англійська як перша (рідна – АРМ) відрізняються, а отже, представник англійської лінгвокультури буде скоріше адаптуватись до комунікативної взаємодії англійською як ЛФ, аніж нав'язувати характерні для АРМ норми [6, с. 295]. Акцент робиться на виборі англійської як мови контакту, порозуміння представників різних лінгвокультур [9], на виробленні спільного комунікативного репертуару [6, с. 296].

Зупинимось детальніше на загальних особливостях перебігу комунікативної взаємодії при посередництві АЛФ. За твердженням А. Фірта, така взаємодія характеризується високим ступенем інтеракційної чіткості, кооперативністю, пошуком компромісів, незначною кількістю відвертих комунікативних невдач, незважаючи на очевидну варіативність ступенів володіння мовою та множинністю й різноманітністю використовуваних мовних форм. Множинність форм, таким чином, зумовлює, як зазначає Б. Зайдльхофер, орієнтування на функцію [15] – замість концентрації на формальній правильності у вимові, виборі лексем, на коректному застосуванні граматичних конструкцій, акцент робиться на досягненні комунікативної мети, загальній успішності комунікативних процесів [5, с. 60].

Наведені вище особливості у застосуванні англійської як лінгва франка дозволяють вести мову про адаптацію комунікантів до ситуації спілкування, в рамках якої мовець, інтерпретуючи ситуаційний контекст [8] з огляду на власний попередній комунікативний досвід [13] та неодмінне поєднання індивідуального із культурно- та соціально-обумовленим, вдається до використання певного комунікативного репертуару [4], що об'єктивується у поєднанні вербального та невербального коду.

Урахування вищенаведеного набору факторів актуалізує поняття *дискурсивної адаптації*, яку тлумачимо як спільну діяльність комунікантів зі зменшення етноспецифічності складових комунікативного репертуару та досягнення достатнього рівня комунікативної компетенції задля ефективного застосування вербальних та невербальних комунікативних компонентів при реалізації кооперативної та некооперативної адаптивних стратегій.

Метою нашої роботи є виокремлення особливостей та закономірностей у взаємодії вербальних та невербальних комунікативних компонентів у ситуації дискурсивної адаптації особистості при спілкування англійською як лінгва франка.

Об'єктом дослідження є втілена у дискурсивних фрагментах діалогічної взаємодії комунікативна діяльність представників англомовних та неангломовних лінгвокультур англійською як лінгва франка, а **предметом** виступають особливості

взаємодії вербальних та невербальних комунікативних компонентів при спілкуванні англійською як лінгва франка у ситуації дискурсивної адаптації особистості.

Матеріалом дослідження слугували фрагменти англомовного діалогічного дискурсу з літературних джерел англомовних письменників XX-XXI сторіч, які відбиралися методом суцільної вибірки та містять приклади діалогічної взаємодії представників англомовної та неангломовної культур англійською як лінгва франка.

З огляду на антропоцентричний характер лінгвістичних розвідок сучасності, на перший план виходить ряд проблем, які пов'язані із особливостями комунікативної поведінки особистості, «homo loquens» – «людині, що мовить», за влучним визначенням Клода Ажеж [1]. Відтак, у якості суб'єкта адаптивних процесів визначаємо полікультурну дискурсивну особистість (ПДО) – мовця, який бере участь у діалозі представників двох чи більше лінгвокультур, послуговуючись різними за культурним походженням семіотичними кодами – вербальним та невербальним.

До числа невербальних комунікативних компонентів (НВК), услід за Л. В. Солощук, відносимо кінесичні (жестові, мімічні), проксемічні (дистанція) та просодичні (ритм, мелодика), які здатні взаємодіяти із вербальною складовою на макро- (діалогічна репліка повністю сформована за допомогою НВК) та мікрорівні [3].

Розвиток ПДО, який є тотожним адаптованості особистості до комунікативної взаємодії англійською як лінгва франка, як було зазначено вище, пов'язаний із набуттям певного рівня комунікативної компетенції. Відтак, у власному розвитку ПДО проходить два етапи: *етноцентричний* та *етнорелятивістський*. Етноцентричний рівень характеризується низьким рівнем адаптованості до комунікативної взаємодії, що зумовлюється небажанням адаптуватись, орієнтуванням на «своє», ігноруванням «чужого». Взаємодія вербальних та невербальних комунікативних компонентів при цьому відбувається на макрорівні, коли через недостатнє оволодіння вербальною складовою, комунікант у ситуації комунікативної взаємодії вдається виключно до НВК, які, як правило, носять універсальний для різних культур характер:

(1) "Guido!" Delaney shouted at the driver, who had just missed a taxi, "You'll never forgive yourself if you get me killed. Remember that!". The driver turned his head and smiled widely, his teeth perfect and gleaming and happy, his eyes changelessly dark and full of sorrow. "Does he understand English?" Jack asked. "No. But he is Italian. He is sensitive to emotional intonations" (Shaw).

Із прикладу 1 бачимо, що у ситуації комунікативної взаємодії беруть участь представники італійської та англійської лінгвокультур. У відповідь на репліку представника англомовної лінгвокультури італієць вдається до універсальних кінесичних невербальних комунікативних компонентів – повороту голови, що маркує встановлення контакту, та посмішки (*smiled widely, his teeth perfect and gleaming and happy)*. Обидва НВК не супроводжуються вербальним кодом із боку представника італійської лінгвокультури. У актуальному ситуаційному контексті посмішка італійця разом із відсутністю вербальної складової (ВК) інтерпретуються співрозмовником як маркери нерозуміння, а попередній комунікативний досвід дозволяє зробити припущення, що реакція італійця зумовлена інтенсифікованим просодичним НВК (*shouted at the driver)*.

Другим етапом виступає етнорелятивістський, який характеризується поєднанням вербального та невербального коду на мікрорівні за принципами координації, субординації, ідентифікації та контрадикції [2]. Таке поєднання відбувається не тільки в рамках одного культурного коду (метарівня, який включає ВК і НВК), але й під час поєднання культурних кодів (за принципами гібриду або перемикання). При чому поєднання культурних кодів не розцінюється в рамках АЛФ як недолік – недостатнє оволодіння мовою спілкування. Явище розглядається як стратегічно вмотивований хід, один із безлічі варіантів АЛФ [10; 12].

Координативний принцип, за Л.В. Солощук [2, с. 92], полягає у тому, що ВК і НВК містять ідентичну за змістом і спрямованістю інформацію:

(2) "*Okay, Hadji. What is it you actually told Abdul I'd give him besides the hundred pesos?" Hadji looked innocent. "I no promise…" He broke into a nervous grin under Clay's stare. "Well, maybe a transistor radio" (Rich).*

У ситуації комунікативної взаємодії англійською представника тайської лінгвокультури із представницею англійської, перший проявляє невпевненість та нервово посміхається під пильним поглядом англійки *(under Clay's stare)*. Така ж невпевненість, пов'язана із бажанням отримати подарунок, проявляється й у вербальному повідомленні через використання вигуку *(well)* у поєднанні із модальним словом *(maybe)* у контексті єдиної репліки.

Взаємодія вербального коду із невербальною складовою за принципом субординації у ситуації дискурсивної адаптації передбачає розділення комунікативно значущих фрагментів інформаційного повідомлення між вербальною та невербальною складовими, а відтак і неможливість елімінації однієї із них [2, с. 100]:

(3) "Your friend, is he aficionado, too?" Montoya smiled at Bill. "Yes. He came all the way from New York to see the San Fermines." "Yes?" Montoya politely disbelieved. "But he's not aficionado like you." He put his hand on my shoulder again embarrassedly. "Yes," I said. "He's a real aficionado." "But he's not aficionado like you are" (Hemingway (1)).

Із прикладу стає очевидним, як представник іспанської лінгвокультури намагається виявити своє дружнє ставлення до американця вдаючись спочатку до кінесичного НВК – посмішки, яка супроводжує питальне за метою висловлювання речення. А виражене в подальшому непогодження (*he's not aficionado like you*) супроводжується зменшенням дистанції – проксемічним НВК та кінемою-жестом (*put his hand on my shoulder*).

У залежності від рівня адаптованості об'єм розподіленості інформації між вербальною та невербальною складовими варіюється, що зумовлюється функціональною спрямованістю діалогічної взаємодії англійською як лінгва франка:

(4) "Thank you," I said politely, for rudeness is a sign of minimum culture. "No problema. No problema." He waved his fist about as if to show how generous he was. "Food for eat in transit. All vill be add to your living expense." Living expense? [...] "What is this, expense?" "Expense. Expense. Foods. Transports. Accommodations." He took both hands off the steering wheel and waved them in the air. "Life in vest is too much expensive, little flower. Who you think vill be pay for all such luxury?" Although his English was appalling, those words came rolling out like a prepared speech. "You think this vill be providing all for free?" (Lewycka).

За допомогою мови-посередника, якою виступає англійська, взаємодіють представниця української лінгвокультури та емігрант із балканських країн. Останній, зважаючи на недостатній рівень адаптованості, вербально передає найважливішу інформацію, вдаючись до непоширених чи неповних речень (*No problema. No problema*), при цьому змінюючи вимову окремих фонем (губно-зубне *[v]* замість губно-губного *[w]* у *will*), видозмінюючи форму слів – через уживання нехарактерних для АРМ закінчень (*problem<u>a</u>*; *Food<u>s</u>; Transport<u>s</u>; Accommodation<u>s</u>*), некоректно з точки зору АРМ використовуючи граматичні конструкції (*vill be add)*.

Взаємодія вербального та невербального коду за принципом ідентифікації у ситуації спілкування англійською як лінгва франка відбувається, коли вербального коду недостатньо для вираження його власної комунікативної спрямованості [2, с. 105]:

(5) "Is that barber crazy?" – "No, signorino. He made a mistake. He doesn't understand very well and he thought I said you were an Austrian officer." – "Oh," I said. – "Ho ho ho," the porter laughed. "<u>He was funny. One move from you, he said, and he would have –" he drew his forefinger across his throat</u> (Hemingway (2)).

Представник італійської лінгвокультури у спілкуванні з американцем доповнює вербальну частину репліки жестом-кінемою *(he drew his forefinger across his throat)*, яка, власне, й розкриває основний зміст повідомлення. Такий жест не є етноспецифічним і через свою універсальність цілком зрозумілий американцеві, що вказує на коректне вмотивоване застосування НВК у поєднанні із вербальною складовою.

У ситуації дискурсивної адаптації при спілкуванні англійською як ЛФ, взаємодія ВК та НВК за принципом контрадикції відбувається, коли вербальна частина репліки не відповідає або суперечить НВК [2, с. 111].

(6) "Forgive me for troubling you. I am afraid I have come at an inconvenient moment." <u>The Mother Superior gave her a smile, austere but sweet, and begged her to sit down. But Kitty saw that her eyes were swollen. She had been weeping</u>"[...] "No, no. Tell me what I can do for you..." (Maugham).

Спілкуючись із англійкою, представниця французької лінгвокультури використовує кінесичний НВК – посмішку – у цілях увічливості, з метою в актуальному ситуаційному контексті приховати свій справжній емоційний стан. Останнє, однак, не залишається непоміченим англійкою через її попередній комунікативний досвід і завдяки іншим НВК – виразу обличчя, поглядові, які знаходяться у невідповідності до вербальної складової репліки представниці французької лінгвокультури.

Таким чином, підсумовуючи викладене, вважаємо за доцільне відзначити, що під час дискурсивної адаптації у ситуації комунікативної взаємодії англійською як лінгва франка на особливості взаємодії вербального коду із невербальним значним чином впливає актуальний ситуаційний контекст, попередній комунікативний досвід комунікантів, рівень оволодіння вербальним кодом мови-посередника. У залежності від наведених чинників спостерігається варіювання співвідношення вербальної та невербальної складових комунікації: відмова, уникнення «чужого» ВК на початковому етапі адаптації з боку представників неангломовних культур та намагання спростити вербальний компонент із інтенсифікацією НВК – у випадку з носіями англомовних культур; або ж поєднання вербальної та невербальної

складової із варіюванням змістового навантаження на різні частини репліки – із боку усіх учасників комунікативної взаємодії.

Перспективним уважаємо подальше вивчення функціонування вербальної та невербальної складових комунікативних обмінів у ситуації дискурсивної адаптації особистості до спілкування англійською як лінгва франка на матеріалі корпусів мовлення, у залежності від типу дискурсу, культурної та вікової приналежності комунікантів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ажеж К. Человек говорящий. Вклад лингвистики в гуманитарные науки / К. Ажеж. – М. : Едиториал УРСС, 2003. – 304 с
2. Солощук Л. В. Вербальні і невербальні компоненти комунікації в англомовному дискурсі: [монографія] / Людмила Василівна Солощук. – Харків : Вид-во «Константа», 2006. – 300 с.
3. Солощук Л. В. Взаємодія вербальних і невербальних компонентів комунікації у сучасному англомовному дискурсі : дис. … д-ра філол.. наук: спец. 10.02.04 / Людмила Василівна Солощук. – К., 2009. – 469 с.
4. Blommaert J. Different approaches to intercultural communication: A critical survey / J. Blommaert. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.flw.ugent.be/cie/CIE/blommaert1.htm
5. Cogo A. English as a Lingua Franca: Form Follows Function / A. Cogo // English Today. – 2008. – 24(3). – P. 58–61.
6. Cogo A. Strategic Use and Perceptions of English as a Lingua Franca / A. Cogo // Poznań Studies in Contemporary Linguistics. – 2010. – 46(3). – P. 295–312.
7. Crystal D. English as a Global Language / David Crystal. – Cambridge : Cambridge University Press, 2003. – 229 p.
8. Dijk T. A. Discourse and Context: A Sociocognitive Approach / Teun A. van Dijk. – New York : Cambridge University Press, 2008. – 283 p.
9. Firth A. The Lingua Franca Factor / A. Firth // Intercultural Pragmatics. – 2009. – 6(2). – P. 147-170.
10. Jenkins J. Accomodation (to) ELF in the International University / J. Jenkins// Journal of Pragmatics. – 2011. – 43. – P. 926–936.
11. Jenkins J. English as a Lingua Franca: Interpretations and Attitudes / J. Jenkins // World Englishes. – 2009. – 28(2). – P. 200–207.
12. Jenkins J. Points of View and Blind Spots: ELF and SLA / J. Jenkins // International Journal of Applied Linguistics. – 2006. – 16. – P. 137–162.
13. Kecskes I. Intercultural Pragmatics / Istvan Kecskes. – New York : Oxford University Press, 2014. – 288 p.
14. Seidlhofer B. Key concepts in ELT – English as a Lingua Franca / B. Seidlhofer // ELT Journal. – 2005. – 59(4). – P. 339–341.
15. Seidlhofer B. Understanding English as a Lingua Franca / Barbara Seidlhofer. – Oxford: Oxford University Press, 2011. – 264 p.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

16. Hemingway E. And the Sun Also Rises / E. Hemingway. – СПб. : Антология, КАРО, 2006. – 288 с.
17. Hemingway E. Farewell to Arms [Електронний ресурс] / E. Hemingway. – Режим доступу: http://www.e-reading.co.uk/book.php?book=80121 – Заголовок з екрану.
18. Lewycka M. Two Caravans [Електронний ресурс] / M. Lewycka. – Режим доступу: http://www.e-reading.org.ua/book.php?book=143198 – Заголовок з екрану.
19. Maugham W. The Painted Veil [Електронний ресурс] / W. Maugham. – Режим доступу: http://www.e-reading.co.uk/book.php?book=127592 – Заголовок з екрану.
20. Rich M. Virginia Clay / M. Rich. – London: Sphere Books Ltd, 1983. – 317 p.
21. Shaw I. Two Weeks in Another Town / I. Shaw. – London : New English Library, 1985. – 384 p.

Оригінал статті надійшов до редакційної колегії 10.10.2015 р.

Котов М.В., к. филол. н., доц.,
Харьковский национальный университет имени В.Н. Каразина, г. Харьков

ОСОБЕННОСТИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ВЕРБАЛЬНЫХ И НЕВЕРБАЛЬНЫХ КОММУНИКАТИВНЫХ КОМПОНЕНТОВ В СИТУАЦИИ ДИСКУРСИВНОЙ АДАПТАЦИИ ЛИЧНОСТИ ПРИ ОБЩЕНИИ НА АНГЛИЙСКОМ КАК ЛИНГВА ФРАНКА

В статье рассматриваются особенности взаимодействия вербальной и невербальной составляющих коммуникативных процессов в ситуации дискурсивной адаптации поликультурной дискурсивной личности при общении на английском как лингва франка. В зависимости от уровня адаптированности наблюдается варьирование в использовании вербальных и невербальных коммуникативных компонентов по количественным и качественным показателям.

Ключевые слова: *дискурсивная адаптация, поликультурная дискурсивная личность, английский как лингва франка, невербальные коммуникативные компоненты.*

Kotov M., Ph.D. (Philol.Sc.), Associate Professor
V.N. Karazin Kharkiv National University, Kharkiv

INTERACTIONAL SPECIFICITY OF VERBAL AND NON-VERBAL COMMUNICATIVE COMPONENTS WITHIN THE SITUATION OF A PERSONALITY'S DISCURSIVE ADAPTATION WHILE COMMUNICATING IN ELF

The article discusses the specificity of interaction of verbal and non-verbal communicative components within the situation of discursive adaptation of a polycultural discursive personality while communicating in English as a lingua franca. Depending on the adaptation level, the application of verbal and non-verbal communicative components by interlocutors varies in quality and quantity.

Keywords: *discursive adaptation, polycultural discursive personality, English as a lingua franca, non-verbal communicative components.*

УДК 811.111’42

Котова І. А., асп.,
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, м. Харків

ПЕРЕДКОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДВАЛИНИ КОНЦЕПТІВ ГЕРОЙ ТА АНТИГЕРОЙ У АМЕРИКАНСЬКОМУ КІНОДИСКУРСІ

Статтю присвячено визначенню передконцептуальних підвалин концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ у американському кінодискурсі. Установлено, що підґрунтям для досліджуваних концептів виступають архетипи Героя, Трікстера, Тіні, Дитини, Духа, Відродження, Самості та Анімусу, які осмислюються в архетипних образах героя та антигероя. Означені архетипи актуалізуються в кінодискурсі.

Ключові слова*: антигерой, архетип, архетипний образ, герой, кінодискурс, передконцептуальні підвалини*

Постановка проблеми. Розважальна індустрія США є постачальником культурного продукту для всього світу, і найбільше це стосується кіно, враховуючи, що, наприклад, у європейських кінотеатрах частка європейського кіно не перевищує 15 відсотків [10, с. 58]. Одним із наслідків такого культурного впливу американського кінематографу є виникнення нового типу міфології, нової героїки, пов’язаної з образом «*супергероя*» – людини (істоти), що або наділена надзвичайними можливостями (набутими завдяки магії або науковим досягненням), або використовує у своїй діяльності передові технології, або має видатні риси характеру. Про універсальний культурний характер такої героїки свідчить надзвичайний комерційний успіх стрічок відповідного жанру у всьому світі [23, с. 16–17, 24].

У свою чергу, об’єктивні елементи культури відображаються у свідомості носіїв культури у формі певних лінгвокультурних концептів, тож мова та/або мовлення є царинами, де концепт стає предметним (об’єктивується) [12, с. 24]. При цьому важливо враховувати, що свідомому осмисленню інформації (а отже й концептуалізації) передує архетип як безпосередня психічна данність, яка укорінена в культове мислення та ще не виражена у слові предметно [9, с. 26].

Таким чином, інтерес, з одного боку, до сучасної кіноміфології і відповідної героїки та, з іншого боку, до людської когніції, яка відіграє вирішальну роль у процесі вербалізації результатів сприйняття світу, зумовлюють **актуальність** дослідження передконцептуальних підвалин концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ, об’єктивованих у американському кінодискурсі.

Метою дослідження є реконструкція передконцептуальних підвалин концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ, маніфестованих лексичними засобами англійської мови в американському кінодискурсі.

Об’єктом дослідження є архетипи, які слугують передконцептуальними підвалинами концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ, а **предметом** – засоби вербальної маніфестації відповідних архетипів у американському кінодискурсі.

Матеріалом дослідження слугували сценарії голлівудських фільмів, які є носіями нової американської міфології: “Superman: The Movie”, “The Dark Knight”, “Spider-Man”, “Star Wars: Episode VI – Return of the Jedi”.

Ступінь дослідженості проблеми. Підґрунтям для розуміння витоків формування того чи іншого концепту слугує психологічна теорія архетипів К. Г. Юнга [16; 17; 18; 19; 20], розвинена та переосмислена як у подальших психологічних розвідках [7; 22], так і в рамках літературознавчого [24], культурологічного [5; 8; 14] та лінгвістичного [1; 2; 13] напрямків досліджень. У межах теорії К. Г. Юнга архетипи – це складові елементи колективного позасвідомого, єдиного психологічного субстрату надособистісної природи, наявного у кожному індивіді. Поверхневий шар позасвідомого, тобто особисте позасвідоме, індивідуальне та набуте протягом життя, ґрунтується на колективному позасвідомому як глибшому шарі, який є вродженим, а не набутим протягом життя з певним досвідом. Позасвідомий зміст архетипу видозмінюється у процесі сприйняття та осмислення; він використовує особливості індивідуальної свідомості, у якій вони маніфестуються [16, с. 172–173]. Кожна суттєва ідея або світогляд, що нині існують, походять від архетипних праформ (першооснов), чиї образи народилися ще в ті часи, коли свідомість людини радше сприймала дійсність, ніж осмислювала її [17, с. 122]. Архетип є певним «постійним ядром значення», але сам архетип не є носієм поглядів, він лише бере участь у їх формуванні. Первинні образи можна побачити лише після того, як структура, яка ними сформована, наповнюється матеріалом усвідомленого досвіду. Форму архетипу можна порівняти з осьовою системою кристалу, яка є передосновою формування кристалу, але сама при цьому не має матеріальної реалізації [18, с. 216].

Архетипи знаходять відображення у різних культурних формах, де нечіткі та розпливчасті, недеталізовані образи поступово шліфуються та трансформуються у конкретні теми, сюжети, символи [24]. Це підтверджується уточненням самого К. Г. Юнга, що попри поширене, але некоректне тлумачення архетипу як певного досить чіткого міфологічного образу або мотиву, такі репрезентації є другорядними для архетипу, оскільки архетип визначає тенденцію до формування означених форм, і вони можуть значною мірою різнитися в деталях, а базова схема залишається незмінною [17, с. 65]. На різних етапах існування людства та залежно від локалізації певної культури архетипи мали різні засоби вираження, різні «костюми», що зумовлено різницею соціальних та культурних контекстів та історичних умов [22, с. 61]. Втім, незалежно від зовнішнього контексту, архетипи «шукають більш потужні, сповнені краси і, передусім, більш влучні засоби репрезентації у видимому світі. Якщо Платон був правий у тому, що світ, що відчувається, є лише відтиском світу ідеальних форм, то можна стверджувати, що архетипи постійно шукають кращі і більш влучні засоби, у яких вони могли б втілитися» (*перекл. мій – І. К.*) [26, с. x].

У системі цінностей окремої людини, нації або людства в цілому архетип є пріоритетним орієнтиром, домінантою, оскільки саме він скеровує та зумовлює вибір, що робиться, рішення, що приймається, породжує бажання та прагнення. Серед його базових характеристик є *первинність* (оригінальність, автентичність, первісність), *інваріантність, матричність* (сталість, константність, незмінність), *варіативність, похідність, породжувальна функція* (варіативна повторюваність у різних творах, де архетип маніфестується); *універсальність* («повсяксутність», регулярність наявності в культурі та літературі різних країн та епох); *взірцевість* та *домінантність* (ідеальність, панівне місце) [3, с. 8].

Розрізняються психологічні та культурні архетипи [2, с. 12–13]. Психологічні архетипи породжуються емоційним досвідом людини. Коло психологічних архетипів, окреслених К. Г. Юнгом, було розширено і наразі включає такі архетипи: Самість, Его, Тінь, Дух, Аніма, Анімус, Мати/Жінка, Світло, Темрява, Вогонь, Земля, Повітря, Море, Орієнтація, Регенерація або Трансформація [там само, с. 13]. У свою чергу, культурний архетип – це свідомо перероблений психологічний архетип у судженнях та оцінках індивідів. До його складу входять концептуальні ознаки, що проявляються у словесних образах та символах через співвіднесення з міфом, релігійним вченням, казкою. До культурних архетипів відносяться архетипи Трійці, Богоматері/Мадонни, Персони/Маски, Героя/Трікстера, Вічного Мандрівника, Світового Дерева, Світового Яйця, Мудрого Старця/Старухи, Життя, Смерті, Розвитку, Метаморфози та ін. [там само, с. 13].

Також розмежовуються архетип як колективне позасвідоме та архетипний образ як проявлена свідомість. Усвідомлене втілення імплікаційних ознак архетипу у творенні текстового конструкту є архетипним образом, концептуальні ознаки якого є підґрунтям конструювання конкретного персонажного образу в художньому тексті [1, с. 9]. Наприклад, праформою для архетипних образів у кінематографі виступають архетипи Дитини, Героя, Духу, Відродження (Регенерації), Трікстера, Аніми, Анімусу, Самості, Тіні [5].

Сучасна героїка тісно пов'язана з архетипом. Ця проблема розглядалася, зокрема, в рамках концепції героїчного ***мономіфу*** [7]. Її розробка дозволила виділити ***американський мономіф*** як культурне явище [25]. Юнгівські архетипи є переважно образами, персонажами, вони асоціюються з певними ролями і у значно меншій мірі із сюжетами [8, с. 6]. У цьому контексті концепція мономіфу дозволяє впровадити поняття шляху, міфологічної пригоди героя, який зазвичай є розширеним варіантом формули будь-якого обряду переходу, як, наприклад, «самітність – ініціація – повернення». Герой вирушає зі світу повсякденного у царину дивовижного та надприродного, де йому доводиться зіштовхнутися з фантастичними силами та здобути вирішальну перемогу. Після цієї пригоди герой повертається, наділений здатністю нести благо своїй громаді. Під час аналізу відповідних концептів варто враховувати, що головний герой міфології – це не просто людина, що має певні чесноти. Чесноти – це лише «педагогічна прелюдія до кульмінаційного прозріння, що стоїть поза будь-якої парою протилежностей. Чесноти пригнічують самодостатність его та уможливлюють позаособистісне зосередження» [7, с. 37–38, 53].

Формула американського мономіфу відрізняється від формули класичного мономіфу. Хоча можливі деякі відхилення, загальний шлях героя в рамках цієї концепції виглядає таким чином: гармонійному існуванню певної громади загрожує небезпека (зло); зусилля відповідних конвенціональних інституцій не можуть подолати загрозу; герой з надзвичайними можливостями (супергерой) з'являється, щоб, попри спокусу та моральні випробування, здійснити рятувальну місію; вирішальна перемога героя волею долі відновлює гармонію означеної громади; герой полишає загальне поле зору та усамітнюється [25, с. 6]. Таким чином, в американському мономіфі акцент робиться не на ритуалі ініціації, а на ідеї порятунку, визволення, яка укорінена в іудейсько-християнських релігійних концепціях [там само].

Засоби вербальної репрезентації відповідних архетипів як передконцептуальних підвалин концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ в американському кінодискурсі раніше не досліджувалися, але це видається доцільним, оскільки між міфом та мовою існує тісний зв'язок [21]. Таким чином, наше дослідження є спробою вивчення зв'язку сучасної американської героїки та американського мономіфу з мовою, у якій вони знаходять відображення.

Викладення основного матеріалу дослідження. Для аналізу засобів вербального втілення передконцептуальних підвалин концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ вважаємо за доцільне дотримуватися схем, за якими певні архетипи утворюють комплекси взаємодії: Герой-Тінь/Трікстер (об'єднані за принципом протистояння), Герой-Дитина/Дух/Відродження/Самість (об'єднані за принципом включення у розвиток сюжету**).** Архетип Аніми протиставляється Анімусу як його антипод в ґендерному розумінні. Означені архетипи виділяються К. С. Карчевською у якості підґрунтя образності в кінодискурсі [5].

Розглянемо комплекс Герой-Тінь/Трікстер. Характерною рисою героя як архетипу є мужність у битвах. Герой також бере участь у творенні світу (як безпосередньо, так і через упорядкування світу, перемогу над хаосом, привнесення порядку, встановлення правил життя соціуму). Герой-символ пов'язаний з естетичною категорією «героїчне», яка є виявленням прекрасного, величного та піднесеного у їх єдності [6, с. 100–102]. Отже, імплікаційними ознаками відповідного архетипу можна назвати референції до боротьби, хоробрості, порядку, миру, краси та величі. В узвичаєному розумінні герой як архетипний образ є квінтесенцією маскулінності [там само, с. 102], що сигналізує його зв'язок з архетипом Анімусу, тобто елементу жіночого позасвідомого, який визначає образ чоловіка – позитивний чи негативний [15]. Характеристики героя як архетипу ілюструються у таких прикладах:

(1) *GREEN GOBLIN: (CONT'D) How dare you interfere with me! What do you want?!*
SPIDER-MAN: World peace. But I'll settle for your chin (Spider-Man).

У наведеному прикладі головний герой – Спайдермен – б'ється зі своїм головним антагоністом, намагаючись завадити йому завдати шкоди місту й людям. Хоча його відповідь на запитання, чого він хоче – *world peace* – є кліше та використовується як дотеп, вона насправді відображує справжню мотивацію героя, оскільки він прагне захистити людей. Водночас Спайдермен недвозначно заявляє про готовність битися та перемогти у цій битві, використовуючи дієслово *to settle for*, що маркує перемогу над суперником як невелике досягнення, яке не принесе йому справжнього задоволення, але яке є необхідним й достатнім на певному етапі.

У наступному прикладі Лекс Лутор, злодій з фільму «Супермен», спостерігаючи за своїм суперником на екрані, запитує у своєї помічниці та коханки, що вона бачить:

(2) *LUTHOR: Look at that overgrown Boy Scout, Miss Teschmacher, Tell me what you see.*
EVE: (chewing) Cuteness. Dimples (Superman: The Movie).

Сам Лутор називає Супермена *"overgrown Boy Scout"*. Прикметник *overgrown* передає його негативне ставлення до фізичної досконалості суперника, а його комбінація з іменником *Boy Scout* розкриває зневагу до тих цінностей, які Супермен уособлює. Хоча він очевидно чекає підтримки від своєї помічниці, жінка, оцінюючи

візуальний образ, захоплюється зовнішністю героя – вона вважає його привабливим (*cuteness, dimples*), через що актуалізується естетична категорія «прекрасне». Окрім цього, бачення жінки та чоловіка тут є різними – через позитивний чоловічий образ у жіночій свідомості актуалізується архетип Анімусу.

Архетипному образу героя протиставляється архетипний образ антигероя, прафор-мою якого є архетипи Трікстера та Тіні. Основна тема трікстера виникає не тільки в міфічній формі, вона проявляє себе кожного разу, коли людині здається, що її життя скеровується прикрими випадковостями, які зводять нанівець її волю та дії. Таким чи-ном, трікстер представлено протидіючими тенденціями позасвідомого, інколи другою особистістю, що має більш примітивний та нерозвинений характер. Саме цей компо-нент образу К. Г. Юнг називає Тінню [16, с. 252–259; 18, с. 338–345]. Основні ознаки архетипу Трікстера такі: 1) порушує усталені норми й традиції, вносить елемент хаосу; 2) є непідконтрольною фундаментальною силою, провокує результати, які неможливо спрогнозувати навіть для нього самого; 3) є посередником між світами, робить неявне явним, оскільки першим вторгається в невідомі області; 4) демонструє майстерність; 5) є аморальним з точки зору етичної системи культурного героя; 6) грає, удає когось або щось, змінює свій вигляд; 7) може поводитися і як Мудрець, і як Дитина [4]. Актуалізацію архетипу Трікстера можна проілюструвати у такий спосіб:

(3) *THE JOKER: It's the schemers who put you where you are. You were a schemer. You had plans. Look where it got you. I just did what I do best – I took your plan, and I turned it on itself. Look what I've done to this city with a few drums of gas and a couple of bullets. Nobody panics when the expected people get killed. Nobody panics when things go according to plan, even if the plan is horrifying. If I tell the press that tomorrow a gangbanger will get shot, or a truckload of soldiers will be blown up, nobody panics. Because it's all part of the plan. But when I say that one little old mayor will die, everybody loses their minds! Introduce a little anarchy, you upset the established order and everything becomes chaos. I'm an agent of chaos. And you know the thing about chaos, Harvey?*

(Dent looks into the Joker's eyes. Finding meaning)

THE JOKER (CONT'D): It's fair (The Dark Knight).

У наведеному прикладі актуалізуються декілька ознак архетипу Трікстера через образ Джокера (антигероя, супротивника Бетмена зі стрічки «Темний лицар»). По-перше, він говорить про хаос, руйнацію та безладдя як свою стихію, називаючи себе діючою силою хаосу та постійно вживаючи лексичні одиниці, асоційовані з хаосом (повторюване дієслово *to panic*, фраза *to lose one's mind*, іменники *chaos, anarchy*). По-друге, дії Джокера зводять нанівець волю та плани інших людей ("*I turned it on itself*"), через що він асоціюється з юнгівською інтерпретацією теми трікстера як відчуття ефекту «злої долі», усі прояви якої неможливо передбачити. Врешті-решт, Джокер є аморальним, оскільки навмисне за допомогою лексичних засобів (не на-зиваючи імені, хоча мер є відомою публічною особою, використовуючи прикметники *little* та *old,* які, очевидно, є образливими для людини, яка веде активну громадську діяльність) принижує цінність його життя, хоча воно є універсальною цінністю. Окрім цього, Джокер схвально (лексема *fair* має позитивну конотацію) говорить про хаос, хоча у конвенціональній системі цінностей, яку репрезентує герой, позитивною

цінністю є порядок, гармонія. Джокер також демонструє свою майстерність (*to do something best*), оскільки, реалізувавши свій задум, він хизується тим, що зміг звести нанівець об'єднані зусилля правоохоронців усього міста.

Як уже було вказано, архетип Тіні символізує ту частину психіки, яку було пригнічено свідомістю. Тінь необов'язково охоплює лише схильність людини до зла та темряви, оскільки у тіні можуть залишатися й позитивні якості [15]. Так, Тінь може проявлятися й у образі героя як стихійно-інстинктивний, темний вияв людської психіки [11, с. 36].

(4) *LUKE: You told me Vader betrayed and murdered my father.*

BEN: You father was seduced by the dark side of the Force. He ceased to be Anakin Skywalker and became Darth Vader. When that happened, the good man who was your father was destroyed. So what I have told you was true... from a certain point of view (Star Wars: Episode VI – Return of the Jedi).

У наведеному прикладі зі стрічки «Зоряні війни» архетип Тіні актуалізується через розділення темної та світлої сторони Сили – субстанції, що пронизує усе живе у Всесвіті та надає надможливості обмеженому колу істот, які здатні контролювати цю Силу. Темна сторона Сили пов'язана з тіньовою стороною особистості тим, що свідомість – а в цьому випадку особистість через свої уявлення про «добре» й «погане» – прагне придушити. Власне «темрява» Тіні передається прикметником *dark.* Згаданий у прикладі Енакін Скайуокер намагався придушити власне бажання влади та контролю, оскільки героєві, яким він свідомо хотів бути, вони не властиві, проте піддався Тіні, асоціацію якої зі слабкістю та гріхом акцентовано за допомогою дієслова *to seduce* (зваблювати).

Усталена схема героїчного міфу (у тому числі американського мономіфу) включає в себе архетипи Дитини (як метафори на шляху до становлення цільної особистості), Духу (який допомагає Героєві у його протистоянні з Трікстером/Тінню), Відродження/Регенерації та Самості (Герой відроджується в Самість) [5, с. 15].

Архетип Дитини актуалізується в образі героя у прикладі (5):

(5) *JOR-EL (sad whisper): You will travel far, my little Kal-El. But I will never leave you. Even in the face of my death the richness of my life shall be yours. All that I have learned, everything I feel, all of this and more I have bequeathed to you my son. You shall carry me inside you all your days. You will make my strength your own, see my life through your eyes, as your life will be seen through mine. The son becomes the father the father becomes the son. This is all that I can send with you, Kal-El. And not near so rich a gift as that your mother sends along. Her... love* (Superman: The Movie).

Рідний батько Супермена загинув скоро після його народження через вибух його рідної планети, перед загибеллю зумівши відправити немовля на Землю. Щоб стати героєм, Суперменові треба було багато чого навчитися, тобто його героїчні якості розвивалися паралельно з його фізичним розвитком, що акцентується в архетипі Дитини за допомогою лексем *little* та *son*. У образі батька актуалізується архетип Духу – він уже загинув, його матеріальної оболонки не існує, що підкреслюється за допомогою референції до власної смерті (*in the face of my death, to bequeath)*, але саме він формує позитивні ціннісні орієнтири (*strength, richness* – маються на увазі саме духовні багатство та сила) для свого сина, вказуючи йому шлях до гармонії (Самості).

Самість є фінальним етапом шляху героя, кінцевою ціллю процесу індивідуації. Самість – це цілісність, єдність свідомості та позасвідомого, подолання конфлікту між ними й, відповідно, оптимальна самореалізація [15].

(6) *EMPEROR: Good! Your hate has made you powerful. Now, fulfill your destiny and take your father's place at my side!*

(Luke looks at his father's mechanical hand, then to his own mechanical, black-gloved hand, and realizes how much he is becoming like his father. He makes the decision for which he has spent a lifetime in preparation. Luke steps back and hurls his lightsaber away)

LUKE: Never! I'll never turn to the dark side. You've failed, Your Highness. I am a Jedi, like my father before me (Star Wars: Episode VI – Return of the Jedi).

У наведеному прикладі Люк Скайуокер, який прийняв та зрозумів тіньовий бік своєї особистості, нарешті, досягає гармонії із самим собою та приймає рішення, яке є кульмінацією його шляху і важливість якого акцентується у сценарії, де воно описується як *"the decision for which he has spent a lifetime in preparation"*. У фразі *"I am a Jedi"* Люк ідентифікує себе як такий і перед своїми опонентами, і перед самим собою. Він двічі використовує лексему *never*, відкидаючи можливість іншого шляху для себе і, таким чином, демонструючи упевненість у своїх словах.

Таким чином, передконцептуальні основи концептів кінодискурсу ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ маніфестовані у архетипних образах героя та антигероя, праформами для яких виступають архетипи Героя, Трікстера, Тіні, Дитини, Духа, Відродження, Самості та Анімусу. Характеристики цих архетипів мають певну вербальну актуалізацію у кінодискурсі. **Перспективи** дослідження вбачаємо в подальшому дослідженні передконцептуальних підвалин концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ та інших концептів у кінодискурсі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бєлєхова Л. І. Архетип, архетипний смисл, архетипний образ у лінгвокогнітивному висвітленні (на матеріалі віршованих текстів американської поезії) / Л. І. Бєлєхова // Науковий вісник ДДПУ імені І. Франка. – Серія «Філологічні науки». Мовознавство. – 2015. – № 3. – С. 6–16.
2. Белехова Л. И. Методика экспликации архетипов, воплощенных в американских поэтических текстах [Электронный ресурс] / Л. И. Белехова // Когниция, коммуникация, дискурс. – 2014. – №9.–С.8–32.–Режимдоступа:https://sites.google.com/site/cognitiondiscourse/vypusk-no9-2014/belehova-l-i
3. Большакова А. Ю. Архетип, миф и память литературы / А. Ю. Большакова // Архетипы, мифологемы, символы в художественной картине мира писателя : материалы Междунар. заоч. науч. конф. (г. Астрахань, 19-24 апреля 2010 г.) / [под. ред. Г. Г. Исаева]. – Астрахань : Астрахан. ун-т, 2010. – С. 7–14.
4. Гаврилов Д. А. К определению трикстера и его значимости в социо-культурной реальности [Электронный ресурс] // Первая Всероссийская научная конференция «Философия и социальная динамика XXI века: проблемы и перспективы», 15 мая 2006 г. [материалы]. – Омск : СИБИТ, ИПЭК, СРШБ (колледж), 2006. – С. 359–368. – Режим доступа: http://northernwind.ru/project/mif/gav/igg04.pdf
5. Карчевская К. С. Архетипы в кинематографе: культурологический анализ : автореф. дис. на соискание уч. степени канд. культурологии : спец. 24.00.01 «Теория и история культуры» / К. С. Карчевская. – Санкт-Петербург, 2010. – 26 с.

6. Королев К. М. Энциклопедия символов, знаков, эмблем / К. М. Королев. – СПб : Мидгард, 2005. – 603 с.
7. Кэмпбелл Дж. Тысячеликий герой / Дж. Кемпбелл ; [пер. с англ]. – М. : Рефл-Бук, АСТ; К. : Ваклер, 1997. – 384 с. – (Серия «Созвездие мудрости»).
8. Мелетинский Е. М. О литературных архетипах / Е. М. Мелетинский. – М. : Российский государственный гуманитарный университет, 1994. – 136 с. – (Чтения по истории и теории культуры. Вып. 4.).
9. Полина А. В. Языковая объективация концепта БОГ в английском дискурсе XIV-XX вв. : дис. … канд. филол. наук : 10.02.04 / Полина Анна Владимировна. – Харьков, 2004. – 205 с.
10. Почепцов Г. Мерлін, Супермен і Гаррі Поттер: конструювання нематеріального в масовій культурі / Г. Почепцов. – К. : Спадщина, 2013. – 288 с.
11. Санников С. В. Образы королевской власти эпохи Великого переселения народов в западноевропейской историографии VI века : [монография] / Сергей Викторович Санников. – Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2011. – 212 с.
12. Слышкин Г. Г. Лингвокультурные концепты и метаконцепты : дис. … доктора филол. наук : 10.02.19 / Слышкин Геннадий Геннадьевич. – Волгоград, 2004. – 314 с.
13. Старовойтова Х. В. Архетип Матері в сучасній французькій драмі: лінгвокогнітивний аспект : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови» / Х. В. Старовойтова. – К., 2008. – 20 с.
14. Топоров В. Н. Миф. Ритуал. Символ. Образ: Исследования в области мифопоэтического: Избранное / В. Н. Топоров. – М. : Прогресс, Культура, 1995. – 624 с.
15. Турышева О. Н. Теория и методология зарубежного литературоведения : [учеб. пособие] / О. Н. Турышева. – М. : Флинта, Наука, 2012. – 160 с.
16. Юнг К. Г. Алхимия снов; Четыре архетипа: Мать. Дух. Трикстер. Перерождение / К. Г. Юнг ; [пер. с англ. и послесл. Семира]. – СПб. : Тимошка, 1997. – 352 с. – (Момент истины).
17. Юнг К. Г. Архетип и символ / К. Г. Юнг. – М. : Renaissance, 1991. – 299 с.
18. Юнг К. Г. Душа и миф: шесть архетипов / К. Г. Юнг ; [пер. с англ. В. В. Наукманова] – К. : Гос. библиотека Украины для юношества, 1996. – 384 с.
19. Юнг К. Г. Сознание и бессознательное / К. Г. Юнг ; [пер. с нем. В. Бакусева]. – [Изд. 2-е]. – М. : Академический Проект, 2009. – 188 с. – (Психологические технологии).
20. Юнг К. Г. Структура психики и архетипы / К. Г. Юнг ; [пер. с нем. Т. А. Ребеко]. – М. : Академический проект, 2009. – 303 с.
21. Barthes R. Mythologies / R. Barthes ; [selected and translated from French by A. Lavers]. – New York : Farrar, Straus & Giroux, Hill and Wang, 1972. – 160 p.
22. Campbell J. The Power of Myth / J. Campbell, B. Moyers ; [ed. by B. S. Flowers] – New York : Anchor Books, 1991. – 293 p.
23. Fingeroth D. Superman on the Couch: What Superheroes Really Tell Us about Ourselves and Our Society / D. Fingeroth. – New York ; London : Continuum, 2004. – 192 p.
24. Frye N. H. Anatomy of Criticism: Four Essays / N. H. Frye. – Princeton, NJ : Princeton UP, 1957. – 383 p.
25. Lawrence J. S. The Myth of the American Superhero / J. S. Lawrence, R. Jewett. – Grand Rapids ; Cambridge : Wm. B. Eerdmans Publishing, 2002. – 416 p.
26. The Astrology of Film: The Interface of Movies, Myth, and Archetype / [ed. by D. Streett, J. Kishner]. – Lincoln, NE : iUniverse, 2004. – 218 p.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ:

27. Spider-Man (script) [Електронний ресурс]. – http://www.pages.drexel.edu/~ina22/splaylib/Screenplay-Spider-Man.htm
28. Star Wars: Episode VI – Return of the Jedi (script) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.imsdb.com/scripts/Star-Wars-Return-of-the-Jedi.html
29. Superman: the Movie (script) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://scifiscripts.com/scripts/superman_I_shoot.txt
30. The Dark Knight (script) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.pages.drexel.edu/~ina22/splaylib/Screenplay-Dark_Knight.HTM

Оригінал статті надійшов до редакційної колегії 10.10.2015 р.

Котова И.А., асп.,
Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина, г. Харьков

ПРЕДКОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВАНИЯ КОНЦЕПТОВ ГЕРОЙ И АНТИГЕРОЙ В АМЕРИКАНСКОМ КИНОДИСКУРСЕ

В статье определяются предконцептуальные основания концептов ГЕРОЙ и АНТИГЕРОЙ в американском кинодискурсе. Установлено, что соответствующие концепты восходят к архетипам Героя, Трикстера, Тени, Младенца, Духа, Возрождения, Самости и Анимуса, которые осмысливаются в архетипических образах героя и антигероя. Указанные архетипы актуализируются в кинодискурсе.

Ключевые слова: *антигерой, архетип, архетипический образ, герой, кинодискурс, предконцептуальные основания*

Kotova I. A., PhD student,
V. N. Karazin Kharkiv National University

PRECONCEPTUAL UNDERPINNINGS OF THE CONCEPTS HERO AND ANTIHERO IN THE AMERICAN FILM DISCOURSE

The article discusses preconceptual underpinnings of the concepts HERO and ANTIHERO in the American film discourse. The concepts in question ascend to the Hero, Trickster, Shadow, Child, Spirit, Rebirth, Self, and Animus archetypes conceptualized in the archetypal images of the hero and antihero. The archetypes are implemented in the film discourse.

Keywords: *antihero, archetype, archetypal image, film discourse, hero, preconceptual underpinning.*

УДК 378:371.315.7

Кравець О.Є., к. пед. н.,
Житомирський державний університет ім. Івана Франка, м. Житомир

ВИЗНАЧЕННЯ РІВНЯ СФОРМОВАНОСТІ ПРОФЕСІЙНО-ПРОЕКТУВАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВИКЛАДАЧІВ ВНЗ НА ЗАНЯТТЯХ З ІНОЗЕМНОЇ МОВИ ЗА ПРОФЕСІЙНИМ СПРЯМУВАННЯМ

У статті проаналізовано результати експериментальної перевірки результативності застосування технології проектування навчальної інформації на заняттях з іноземної мови за професійним спрямуванням, обґрунтовано базовий критерій оцінки результативного інформаційного продукту – інформаційно зорієнтована компетентність. Аналіз отриманих результатів здійснено на основі двох наукових стратегій: лонгітюдної, що дозволило простежити динаміку змін інформаційно зорієнтованої компетентності учасників експерименту на початку та після завершення його формувального етапу, та порівняльної, що дозволило порівняти шляхом зіставлення результатів навчальної діяльності студентів експериментальних та контрольних груп.

Ключеві слова: *викладач іноземної мови, проектування навчальної інформації, інформаційно зорієнтована компетентність*

Постановка проблеми і її актуальність. У «Національній доктрині розвитку освіти України у XXI столітті» підкреслено, що «держава повинна забезпечувати належну якість освіти особистості, яка усвідомлює свою належність до певної сфери професійної діяльності в суспільстві, орієнтується в реаліях і перспективах розвитку наукового знання зі сфери науки, що вивчається, підготовлена до життя і праці у світі, який постійно змінюється» [1].

Одним із шляхів її впровадження є забезпечення якісно нового рівня навчальної інформації, проектуванням якої у вищій школі займається викладач. У зв'язку з цим змінюються і функції викладача ВНЗ, його діяльність орієнтується на створення умов для успішного оволодіння студентами азів професійного спілкування із залученням сучасних знань. За цих умов метою реформи вищої школи на нових законодавчих засадах є досягнення принципово нового рівня підготовки викладача іноземної мови – мобільного, здатного постійно самоудосконалюватись. Такий підхід забезпечить продуктивну взаємодію викладача та студентів у ході навчального процесу, підвищить їх інтерес до іноземної мови, а також виступить важливим засобом формування професіоналу нової формації.

Однак на етапі активної модернізації вітчизняної системи освіти наявний рівень особистої та професійної адаптації викладачів іноземної мови у інформаційному просторі не відповідає сучасним вимогам суспільства щодо використанням ними педагогічної інформації у процесі розв'язання навчально-професійних завдань. Тому актуальним є експериментальне дослідження теоретичних та практичних аспектів упровадження технології проектування навчальної інформації викладачем вищої школи в ході викладання іноземної мови для студентів немовних спеціальностей.

Мета статті – показати результати експериментальної перевірки ефективності впровадження технології проектування навчальної інформації викладачем вищого

навчального закладу на заняттях з іноземної мови на різних факультетах вищих навчальних закладів, представити програму реалізації експериментальної роботи, в основу якої покладено розв'язання двох основних завдань: визначити сучасний стан володіння викладачами вищих навчальних закладів теорією і практикою проектування навчальної інформації (констатувальний етап експерименту); впровадити, апробувати розроблену технологію та довести її ефективність (формувальний етап експерименту).

Виклад основного матеріалу дослідження. Для опису об'єкта дослідження виділяють ті його характеристики, які достатньо повно його відображають і піддаються виміру [2]. *Базовим критерієм* для визначення кількісних та якісних характеристик досліджуваного явища став результативний інформаційний продукт, яким є *інформаційно зорієнтована компетентність.* Вибір окресленого поняття ґрунтується на тому, що його використання дозволить оцінити змістову складову проектування навчальної інформації викладачем іноземної мови в динаміці. Саме ж оцінювання за таких умов передбачає визначення як рівня досягнень (оволодіння сумою знань, умінь та навичок), так і сформованості самоздатності до оптимальних дій [3, с. 68]. Обґрунтування зазначеного критерію як робочого образу досліджуваного явища проведемо, посилаючись на сутнісну характеристику понять «компетентність» та «інформаційно-зорієнтована компетентність». Спираючись на дослідження Н.В. Кузьміної, І.О. Зимньої, А.К. Маркової, Ю.Г. Татура, *інформаційно зорієнтовану компетентність викладача вищого навчального закладу* будемо розглядати як прояв ним прагнення та здатності (готовності) реалізувати власний потенціал (знання, уміння, досвід та ін.) в ефективній, творчій роботі з інформацією у всіх формах її представлення у професійному середовищі, з використанням усіх наявних засобів роботи з нею, усвідомлюючи її соціальну значущість та особисту відповідальність за її результати (підготовка фахівця нової формації).

Відповідно, її основними структурними компонентами є: мотиваційний (потреби, мотиви), когнітивно-інформаційний (знання), діяльнісний (уміння, досвід діяльності, сформованість способів діяльності, технологічної письменності), ціннісно-змістовий (ставлення до заданого виду діяльності та об'єкта її прикладання (самої інформації), емоційно-вольовий (регуляція процесу та прояву результату; саморегуляція), які стануть підґрунтям для розробки критеріїв та показників оцінки інформаційно зорієнтованої компетентності як робочого образу досліджуваного явища. Виокремлено та охарактеризовано її компоненти: ціле-мотиваційний (потреби, мотиви), когнітивно-інформаційний (знання), діяльнісний (уміння, досвід діяльності, сформованість способів діяльності), ціннісно-змістовий (ставлення до заданого виду діяльності та її об'єкта – самої інформації), емоційно-вольовий (регуляція діяльності та прояву результату, саморегуляція).

На основі базового критерію визначимо сучасний стан досліджуваної проблеми серед викладачів вищих навчальних закладів.

Для дослідження ми відібрали постійну групу з 217 викладачів англійської мови вищих навчальних закладів різних регіонів України, реалізація професійної діяльності в контексті досліджуваної проблеми яких вивчалася нами упродовж 2013–2014 рр. За таких умов їхня характеристика була підтверджена компетентними суддями

(завідуючими кафедрами). Обраний підхід до підбору учасників констатувального етапу експерименту став підставою для формування вибіркової сукупності з їх числа.

Отримані результати підтвердили припущення про те, що підготовка викладачів вищих навчальних закладів до проектування навчальної інформації є недостатньою. Цей факт визначає необхідність підвищення ефективності інформаційної взаємодії (навчальна інформація – викладач, викладач – студент, студент – навчальна інформація) шляхом розробки авторської технології, впровадження якої здійснювалося протягом 2010-20013 рр.

Особливістю перевірки ефективності формувального етапу експерименту стала оцінка проектувальної діяльності викладачів ВНЗ у роботі з інформацією за результатами сформованості інформаційно зорієнтованої компетентності студентів. Відповідно, експериментальна робота охоплювала студентів І-ІІІ курсів фізико-математичних, філологічних, педагогічних факультетів ряду педагогічних навчальних закладів України, факультету менеджменту організації туристичного та готельно-ресторанного бізнесу Ужгородського навчального центру Київського національного торговельно-економічного університету у кількості 367 осіб (експериментальна група (ЕГ) – 182, контрольна група (КГ) – 185 осіб), з якими працювало 47 викладачів.

Аналіз отриманих результатів здійснено на основі двох наукових стратегій: *лонгітюдної,* що дозволило простежити динаміку змін інформаційно зорієнтованої компетентності учасників експерименту на початку та після завершення його формувального етапу, та порівняльної шляхом зіставлення результатів навчальної діяльності студентів експериментальних та контрольних груп на заняттях з іноземної мови.

Результати лонгітюдного дослідження свідчать про підвищення вияву якісних показників навчальної діяльності студентів експериментальних груп, що здійснювалася на основі використання теорії і практики проектування навчальної інформації. Результати порівняльної експериментальної роботи свідчать про суттєві переваги показників у студентів експериментальних груп порівняно з контрольними: у мотиваційній сфері підвищився ранг проектувальних та інформаційно зорієнтованих мотивів; активно проявляється усвідомлення соціальної значущості та особистої відповідальності за результати своєї діяльності (ціннісно-змістовий компонент), необхідність її постійного вдосконалення у сфері пошуку та перетворення інформації (емоційно-вольовий компонент).

Якісний показник знань студентів контрольних груп після виконання творчих завдань становив 67,4 %, студентів експериментальних груп – 86,9%.

Суттєво змінилися середні значення показників оцінки в структурі системи вмінь в експериментальних групах порівняно з контрольними (рис. 1).

Відбулися суттєві зміни в ціле-мотиваційній сфері: підвищився ранг проектувальних та інформаційно зорієнтованих мотивів; серед студентів активно проявляється усвідомлення соціальної значущості та особистої відповідальності за результати своєї діяльності (ціннісно-змістовий компонент), необхідність її постійного вдосконалення в сфері пошуку та перетворення інформації (емоційно-вольовий компонент).

Якісний показник знань студентів експериментальних груп після виконання творчих завдань підвищився у порівнянні зі студентами експериментальних. Суттєво

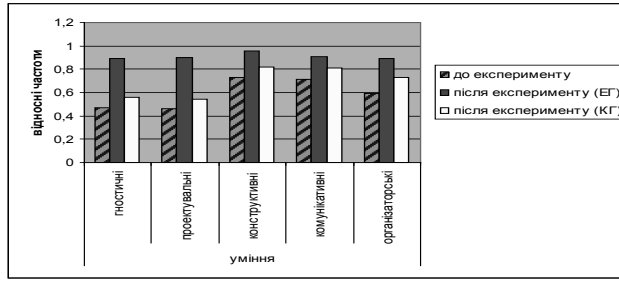


Рис. 1. Динаміка рівня сформованості умінь у студентів ЕГ та КГ (за методикою О. Смірнова)

змінилися середні значення показників оцінки в структурі системи вмінь в експериментальних групах порівняно з контрольними.

Вірогідність розбіжностей рівнів сформованості інформаційно зорієнтованої компетентності студентів вищих навчальних закладів доведено за допомогою *Ĥ*-критерію Краскелла-Валліса.

Висновки та перспективи подальшої діяльності. Результати експерименту підтвердили правильність висунутої гіпотези та засвідчили ефективність упровадження технології проектування навчальної інформації в процесі професійно-педагогічної діяльності викладача вищого навчального закладу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Національна доктрина розвитку освіти України у XXI столітті. – К.: Освіта., 2002. – 24 с.
2. Моделирование педагогических ситуацій / [под ред. Ю. Н. Кулюткина, Г. С. Сухобской]. – М. : Педагогика, 1981. – 118 с.
3. Ильязова М. Д. О структуре компетентности будущего специалиста / М. Д. Ильязова // Интеграция науки и высшего образования. – 2008. – № 1. – С. 67–71.

Оригінал статті надійшов до редакційної колегії 10.10.2015 р.

Кравец Е.Е., к.пед.н.,
Житомирский государственный университет им. Ивана Франко, г. Житомир

ОПРЕДЕЛЕНИЕ УРОВНЯ ФОРМИРОВАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ПРОЕКТИРОВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ ВУЗА НА ЗАНЯТИЯХ ПО ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМ НАПРАВЛЕНИЯМ

В статье проанализированы результаты экспериментальной проверки результативности применения технологии проектирования учебной информации на занятиях по иностранному языку по профессиональным направлениям, обоснован базовый критерий оценки результативного информационного продукта – информационно ориентированная компетентность. Анализ полученных результатов осуществлена на основе двух научных стратегий: лонгитюдной, что

позволило проследить динамику изменений информационно ориентированной компетентности участников эксперимента в начале и после завершения формирующего этапа, и сравнить путем сопоставления результатов учебной деятельности студентов экспериментальных и контрольных групп.

Ключевые слова: *преподаватель иностранного языка, проектирование учебной информации, информационно ориентированная компетентность*

Kravets E. E., Candidate of Pedagogical Sciences,
Zhytomyr state Ivan Franko University, Zhytomyr

DETERMINING THE LEVEL OF THE UNIVERSITY TEACHERS' PROFESSIONALLY-DESIGN ACTIVITY FORMATION IN THE FOREIGN LANGUAGE FOR PROFESSIONAL PURPOSES CLASSROOM

The article analyzes the experimental results verification of the technological effectiveness used in the learning content design in a foreign language for professional purposes classroom, reasonably basic criterion of effective informational product – information-oriented competence. Analysis of the results carried out on the basis of two research strategies: longitude that made it possible to trace the dynamics of changes in information-oriented competence of the participants in the experiment at the beginning and after the completion of the forming stage, and to compare by comparing the results of educational activity of students of experimental and control groups.

Keywords: *foreign language teacher, effective informational product, information-oriented competence.*

УДК 811.111'373:159.942:791.43

Крисанова Т. А., к. філол. н., доц.,
Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки,
м. Луцьк

НОМІНАТИВНИЙ ПРОСТІР ЕМОЦІЇ СТРАХ В АНГЛОМОВНОМУ КІНОДИСКУРСІ

У статті описуються лексичні одиниці, які утворюють номінативний простір емоції СТРАХ в англомовному кінодискурсі. Визначається сукупність мовних засобів, які номінують емоцію і її окремі ознаки. Виявляється лексема – ім'я емоції, встановлюються ядро і периферія номінативного простору, виділяються родові, видові та диференційні семи – компоненти семантичної структури лексем, які номінують емоцію СТРАХ.

Ключові слова: *емоція, кінодискурс, номінативний простір, ознака, периферія, страх, ядро.*

Кінодискурс як полікодове когнітивно-комунікативне утворення володіє здатністю передавати емоції і викликати емоції у глядачів кінофільму. Під час продукування кінодискурсу відбувається конструювання реальності, яке апелює до емоційної сфери людини. Мовні засоби слугують індикаторами емоційності в кінодискурсі, тому

виділення засобів номінації емоцій сприятиме адекватній інтерпретації прагматичної інформації. Емоція страху відноситься до первісних емоцій, яка є біологічно і фізіологічно детермінована і тому властива кожній людині. Саме цими властивостями страху зумовлюється інтерес науковців багатьох галузей знань, в тому числі лінгвістів, до вивчення різних аспектів страху. Спрямованість сучасних лінгвістичних розвідок на вивчення і осмислення мови емоцій, способів її номінації, дескрипції та експресії в різних типах дискурсу свідчить про актуальність дослідження, метою якого є розгляд номінативного простору емоції СТРАХ в когнітивно-дискурсивному аспекті. Об'єктом дослідження є номінативний простір емоції СТРАХ в англомовному кінодискурсі, предметом – лексеми, які складають ядро і периферію номінативного простору емоції СТРАХ.

Слово здатне репрезентувати і замінити у свідомості людини певний осмислений фрагмент дійсності, вказати на нього, відіслати до нього, оперувати цим фрагментом дійсності в процесах мисленнєвої і мовленнєво-мисленнєвої діяльності [2, с. 68]. Сутність номінації полягає в тому, що мовний знак репрезентує певну абстракцію як результат пізнавальної діяльності людини [2, с. 61]. Номінативний простір має комплексний характер, включаючи різні типи семантичних угруповань у свій склад, і не виступає при цьому як структурне угрупування в системі мови, представляючи собою виявлену і впорядковану дослідником сукупність номінативних одиниць [3, с. 124].

Номінативний простір емоції СТРАХ включає прямі номінації зазначеної емоції різної частиномовної приналежності, номінації різновидів денотата емоції СТРАХ, а також лексичні одиниці, які номінують різні аспекти передачі емоції в залежності від контексту вживання в англомовному кінодискурсі. Основним засобом номінації є ім'я емоції – знакове утворення, що фіксує собою концепт не тільки як когнітивну структуру, але і як «згусток культури» [4, с. 43]. Лексема *fear* **містить узагальнені характеристики емоції СТРАХ і розглядається нами як ім'я емоції. Для того, щоб виявити, який понятєвий зміст містить лексична одиниця** *fear***, визначена як ім'я емоції, проаналізуємо словникові дефініції, які розкривають не тільки логіко-предметний зміст слова, але й відображають усталений у свідомості образ цього поняття.**

1) an unpleasant emotion or thought that you have when you are frightened or worried by something dangerous, painful, or bad that is happening or might happen [5];

2) the bad feeling that you have when you are in danger, when something bad might happen, or when a particular thing frightens you [10];

3) the feeling you get when you are afraid or worried that something bad is going to happen [7];

4) the feeling that you have when you are frightened [8];

5) the emotion experienced in the presence or threat of danger [9];

6) a feeling of anxiety and agitation caused by the presence or nearness of danger, evil, pain, etc.; timidity; dread; terror; fright; apprehension [11];

7) a feeling of distress, apprehension, or alarm caused by impending danger, pain, etc. [6].

Аналіз дефініцій дозволяє виділити родову і видові ознаки емоції СТРАХ. Родовою виступає онтологічна категоріальна ознака «емоція» або «почуття» (*emotion or*

feeling), яка узагальнює денотативне значення лексем, що утворюють номінативний простір. Видові ознаки слугують для конкретизації значення лексеми *fear i* розглядаються нами як прототипові. Серед видових ознак виділяємо:

• аксіологічну ознаку – «негативна оцінка» (*an unpleasant emotion or thought, the bad feeling that you have when you are in danger, when something bad might happen*) – страх для суб'єкта є неприємним відчуттям, він пов'язаний з ймовірною небезпекою, що викликає в суб'єкта негативну оцінку цієї емоції;

• каузативну ознаку – «причина емоції» *(you are frightened or worried by something dangerous, painful, or bad that is happening or might happen, caused by the presence or nearness of danger, evil, pain, etc.; timidity; dread; terror; fright; apprehension, when you are afraid or worried that something bad is going to happen)* – причиною страху є усвідомлення реальної або ймовірної небезпеки життю або благополуччю суб'єкта;

• статичну ознаку – «стан» *(you are frightened or worried, you are afraid or worried, anxiety and agitation)* – суб'єкт страху відчуває сильне хвилювання, переляк, збудження, пов'язане з відчуттям небезпеки;

• евентологічну ознаку – «ймовірність події» *(that is happening or might happen, when something bad might happen, something bad is going to happen)* – наявність цієї ознаки в семантичній структурі лексеми fear свідчить про перспективну спрямованість цієї емоції, коли страх сигналізує про ймовірну малефактивну для суб'єкта дію;

• ідентифікуючу ознаку – «суб'єкт емоції» – людина у стані страху зосереджена на своїх почуттях.

Таким чином, страх визначаємо як негативний емоційний стан суб'єкта, викликаний реальною чи ймовірною малефактивною для суб'єкта дією і спрямований на мобілізацію його зусиль для запобігання спричинення йому шкоди.

Ядерну частину номінативного простору утворюють лексичні одиниці – іменники і їх частиномовні похідні, які містять основні видові ознаки емоції СТРАХ. Ядро консолідується навколо домінанти простору, де зосереджені специфічні ознаки значення. Ближню периферію утворюють лексичні одиниці – синоніми лексеми *fear*, які містять в своїй семантичній структурі додаткові якості емоції СТРАХ і володіють диференційними семами, властивими частині номінативного простору. Дальню периферію утворюють лексичні одиниці різної частиномовної приналежності, які контекстуально зумовлені та є найбільш комунікативно релевантними для англомовного кінодискурсу.

Ядром номінативного простору емоції СТРАХ є лексема *fear* та її синоніми *alarm, fright, panic, terror*, які мають найбільшу частотність вживання в словниках і характеризуються найбільш узагальненим семантичним значенням. Вони передають додаткові якості емоції СТРАХ, водночас містять у своїй семантичній структурі прототипові видові характеристики емоції. Додатковою семантичною ознакою для лексеми *terror* є ознака «інтенсивність емоції»: ***terror*** *a feeling of extreme fear[8]*, для лексеми *panic* – «неконтрольований характер»*:* ***panic*** *a feeling of fear that cannot be controlled and prevents you from thinking clearly [8]*, лексеми *alarm* – «ймовірність / усвідомлення небезпеки»: ***alarm*** *sudden sharp apprehension and fear resulting from the perception of imminent danger [9]*, лексема *fright* містить додаткову диференційну ознаку «раптовий характер»: ***fright*** *a feeling of fear, usually sudden [8]*.

Ближню периферію утворюють лексеми, які є синонімами до лексем *alarm, fright, panic, terror* в їх диференційній семантичній ознаці, мають меншу частотність вживання.

Синонімами лексеми *alarm* в значенні «ймовірність / усвідомлення небезпеки» є *лексеми apprehension, angst, apprehensiveness, consternation, agitation, dread, foreboding, misgiving, anxiety, disquiet, disquietude, distress, disturbance, funk, trepidation, perturbation, unease, uneasiness, worry, mistrust, jitters, premonition, presage, presentiment, heebie-jeebies*. Наприклад, ***apprehension*** *a feeling of worry or fear that something bad might happen [8]*; ***anxiety*** *the state of feeling nervous or worried that something bad is going to happen [8];* ***angst*** *a feeling of anxiety and worry about a situation, or about your lif e[8];* ***trepidation*** *great worry or fear about something unpleasant that may happen [8];* ***worry*** *thinking about unpleasant things that might happen or about problems that you have [8];* ***funk*** *(old-fashioned, informal) a state of fear or anxiety [8];* ***foreboding*** *a feeling that something bad is going to happen[8];* ***premonition*** *a strong feeling that something is about to happen, especially something unpleasant [8];* ***unease / uneasiness*** *the feeling of being worried or unhappy about something [8];* ***perturbation*** *anxiety; mental uneasiness [8];* ***heebie-jeebies*** *a state of nervous fear or anxiety [8].*

Серед зазначених лексем можна виділити диференційні ознаки

- «страх майбутнього»

dread *a feeling of great fear or anxiety, especially in the face of impending danger [9];*

- «неприємний сюрприз як причина страху»

dismay *a worried, sad feeling after you have received an unpleasant surprise [10];* ***consternation*** *a worried, sad feeling after you have received an unpleasant surprise [10];*

- «нервова поведінка»

agitation *worry and anxiety that you show by behaving in a nervous way [10];* ***heebie-jeebies*** *a state of nervous fear or anxiety [10].*

Синонімами лексеми *panic* у значенні «неконтрольований характер» є лексеми *fearfulness, horror, scare, terror, phobia, jitters, nervousness, qualm, agitation, dismay, cowardice, frenzy, hysteria, stampede.* Наприклад, ***scare*** *a sudden feeling of fear or worry [8];* ***agitation*** *worry and anxiety that you show by behaving in a nervous way [8];* ***phobia*** *a strong unreasonable fear of something [8];* ***hysteria*** *a situation in which many people behave or react in an extreme or uncontrolled way because of fear, anger, etc. [9];* ***jitters*** *feelings of being anxious and nervous, especially before an important event or before having to do something difficult [10];* ***qualm*** *(about something) a feeling of doubt or worry about whether what you are doing is right [10].*

У наведеній синонімічній групі можна виділити диференційну ознаку «ситуація страху». Наприклад:

hysteria *a situation in which many people behave or react in an extreme or uncontrolled way because of fear, anger, etc [9].;* ***stampede*** *an occurrence in which a large group of frightened or excited animals or people run together in a wild and uncontrolled way to escape from something, get out of a place, etc. [9];* ***frenzy*** *a state or period of uncontrolled excitement or wild behavior [9].*

Синонімами лексеми *terror* у значенні «інтенсивність емоції» є лексеми *awe, dread, horror, panic, shock, alarm, trepidation, trepidity, revulsion, willies.* Зазначена

ознака може мати значення високої інтенсивності, як в семантичному значенні лексем *horror, dread, trepidation, phobia, revulsion, willies,* так і меншої інтенсивності, як в семантичному значенні лексеми *awe.* Наприклад*:* ***horror*** *a very strong feeling of shock, fear or disgust caused by something extremely unpleasant [6];* ***dread*** *a feeling of great fear or anxiety, especially in the face of impending danger [9];* ***trepidation*** *great worry or fear about something unpleasant that may happen [8];* ***phobia*** *a strong unreasonable fear of something [8];* ***revulsion*** *a strong feeling of disgust or horror [10];* ***willies*** *a strong feeling of nervous apprehension and discomfort [10];* ***awe*** *feelings of respect and slight fear; feelings of being very impressed by something/somebody [10].*

Серед зазначених лексем можна виділити диференційну ознаку «поєднання емоцій», яка може також слугувати посиленню чи зменшенню інтенсивності емоції та розширенню семантичного значення лексеми. Здатність до комбінаторики емоцій в семантичному значенні підтверджує припущення психологів про те, що при слабкій і середній інтенсивності страх часто взаємодіє з позитивними і негативними емоціями [1, с. 243]. Мовний матеріал свідчить, що комбінаторний характер властивий і лексемам з високою інтенсивністю семантики страху. Можемо стверджувати про наявність атракції емоцій, під якою розуміємо здатність однієї емоції притягувати емоції з тим самим або протилежним знаком і створювати «пучок» емоцій. Результатом цього є посилення або послаблення інтенсивності передачі основної емоції, що відповідно має свою мовну реалізацію. Наприклад: ***awe*** *feelings of respect and slight fear; feelings of being very impressed by something/somebody [10];* ***willies*** *a strong feeling of nervous apprehension and discomfort [10];* ***revulsion*** *a strong feeling of disgust or horror[10];* ***horror*** *a very strong feeling of shock, fear or disgust caused by something extremely unpleasant [6]***.**

Синонімами лексеми *fright* у значенні «раптовий характер» є лексеми *affright, alarm, consternation, scare, startle, windup, horror, shivers, shock fearfulness, jolt.* Наприклад, ***fearfulness*** *the quality of being nervous or afraid [10];* ***shock*** *a sudden or violent mental or emotional disturbance; affright sudden and great fear [10];* ***startle*** *a sudden mild shock (as of surprise or alarm) [10];* ***dismay*** *a worried, sad feeling after you have received an unpleasant surprise [10];* ***jolt*** *a sudden strong feeling that doesn't last long, especially fear or surprise [10];* ***scare*** *a sudden feeling of fear or worry [10].*

Дальню периферію утворюють лексеми, значення страху яких є контекстуально зумовленим. Полікодовий характер кінодискурсу проявляється у залученні лексичних одиниць, які невербально передають емоції, що в кінофільмі відображається за допомогою кінематографічних засобів. Вербально-візуальне зчеплення елементів кінодискурсу зумовлює залучення різних каналів передачі прагматичної інформації, серед яких значну роль відіграє невербальний. Тому дальню периферію формують лексичні одиниці різної частиномовної приналежності, які в своєму семантичному значенні містять сему «фізіологічні прояви страху»: *frozen, paralyzed, tremble, shake, pale, white, cower, quake, quiver, speechless, wide-eyed, breathless* та передають такі диференційні ознаки, як

- ознака «мимовільні рухи тіла»

tremble *to shake in a way that you cannot control, especially because you are very nervous, excited, frightened, etc. [10];* ***shake*** *to make short quick movements that you*

cannot control, for example because you are cold or afraid [10]; ***cower*** *to lower your head or body in fear, often while moving backwards [10];* ***quake*** *to shake because you are very frightened or find something very funny, or to feel or show great fear[10].;*

- ознака «заціпеніння»

frozen *unable to move because of a strong emotion such as fear or horror [10];* ***paralyzed*** *unable to move or act [10];* ***speechless*** *unable to speak because you are so angry, shocked, surprised, etc [10].;* ***breathless*** *gripped with emotion [10];* ***wide-eyed*** *having your eyes wide open especially because of surprise or fear [10].*

- ознака «побіління шкірних покровів»

pale *used to describe someone's face or skin if it has less colour than usual, for example when they are ill or frightened, or if it has less colour than people generally have [10];* ***white*** *having a pale face because you are not well, or you are feeling shocked [10].*

Номінація страху в кінодискурсі досягається лексичними одиницями, які відображають кінематографічні засоби, залучені у кінотексті для передачі емоції. Такі лексичні одиниці не містять родових і видових ознак страху, але передають страх метонімічно, що розширює номінативний простір за допомогою додаткових смислових відтінків. Метонімічна номінація в кінодискурсі апелює до фонових знань глядачів, їх ментальності, когнітивних можливостей сприйняття оточуючого світу. Серед виділених лексичних одиниць, які номінують страх кінематографічними засобами відносимо:

- лексеми, які передають характер освітлення: *darkness, blue light, candle light;*
- лексеми, які передають природні явища: *flash of lightning, bolt of lightning, storm;*
- лексеми, які передають назви тварин: *bat, rat.*

Таким чином, ядерну частину номінативного простору емоції СТРАХ складає лексема – ім'я емоції *fear*, її ключові синоніми *alarm, fright, panic, terror* та їх частиномовні похідні. Ближню периферію утворюють лексеми – синоніми ключових лексем в їх диференційному значенні *apprehension, angst, apprehensiveness, consternation, agitation, dread, foreboding, misgiving, anxiety, disquiet, disquietude, distress, disturbance, funk, trepidation, perturbation, unease, uneasiness, worry, mistrust, jitters, premonition, presage, presentiment, heebie-jeebies fearfulness, horror, scare, phobia, jitters, nervousness, qualm, agitation, dismay, cowardice, frenzy, hysteria, stampede, awe, dread, shock, trepidity revulsion, willies.* Дальню периферію складають лексеми, контекстуально і комунікативно обумовлені, які передають страх невербально – *frozen, paralyzed, tremble, shake, pale, white, cower, quake, quiver, speechless, wide-eyed, breathless* та лексеми, які передають страх кінематографічними засобами – *darkness, blue light, candle light, flash of lightning, bolt of lightning, storm, bat, rat.*

У семантичному значенні синонімів лексеми *fear* можна виділити диференційні ознаки «страх майбутнього», «нервова поведінка», «ситуація страху», «інтенсивність емоції», «поєднання емоцій», «мимовільні рухи тіла», «заціпеніння», «побіління шкірних покровів». Необхідно відмітити, що розподілення диференційних сем серед синонімів є досить умовним, зазначені ознаки можуть зустрічатись в семантичній структурі різних синонімів лексеми *fear.* Виділення засобів номінації емоцій в

кінодискурсі допомагає визначити емоційне явище і, відповідно, виокремити комунікативні стратегії передачі емоцій.

Перспективним є подальше вивчення мовних засобів номінації емоції СТРАХ в англомовному кінодискурсі, аналіз диференційних ознак, які реалізуються вільними словосполученнями, побудованими на основі лексичних одиниць на позначення емоції.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Изард К. Э. Психология эмоций / К. Э Изард : Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2000. – 464 с.
2. Кубрякова Е. С. Язык и знание: На пути получения знаний о языке: Части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира / Е. С. Кубрякова. – М. : Языки славянской культуры, Рос. академия наук. Ин-т языкознания, 2004. – 560 с.
3. Попова З. Д. Когнитивная лингвистика / З. Д. Попова, И. А. Стернин. – М.: АСТ : «Восток-Запад», 2007. – 227 с.
4. Степанов Ю. С. Концепт / Ю. С. Степанов // Словарь русской культуры: опыт исследования. – М. : Школа «Языки русской литературы». – 1997. – С. 43–83.
5. Cambridge Free English Dictionary and Thesaurus [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://dictionary.cambridge.org.
6. Collins Dictionaries [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://www.collinsdictionary.com.
7. Longman Dictionary of Contemporary English [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://www.ldoceonline.com/dictionary.
8. Macmillan English Dictionary [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://www.macmillandictionary.com/dictionary/british.
9. Merriam-Webster [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://www.merriam-webster.com.
10. Oxford Learner's Dictionaries [Електронний ресурс] – Режим доступу : http: //www.oxfordlearnersdictionaries.com.
11. Webster's New World College Dictionary [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://websters.yourdictionary.com.

Оригінал статті надійшов до редакційної колегії 10.10.2015 р.

Крысанова Т. А., к. філол. н., доц.,
Восточноевропейский национальный университет имени Леси Украинки, г. Луцк

НОМИНАТИВНОЕ ПРОСТРАНСТВО ЭМОЦИИ СТРАХ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ КИНОДИСКУРСЕ

В статье описываются лексические единицы, которые образуют номинативное пространство эмоции СТРАХ в англоязычном кинодискурсе. Определяется совокупность языковых средств, номинирующих эмоцию и ее отдельные признаки. Выделяется лексема – имя эмоции, устанавливаются ядро и периферия номинативного пространства, выявляются родовые, видовые и дифференциальные семы – компоненты семантической структуры лексем, номинирующих эмоцию СТРАХ.

Ключевые слова*: кинодискурс, номинативное пространство, признак, периферия, страх, эмоция, ядро.*

Krysanova T. A., PhD in Philological Sciences, Associate Professor,
Lesya Ukrainka Eastern European National University, Lutsk

NOMINATIVE SPACE OF EMOTION FEAR IN THE ENGLISH CINEMA DISCOURSE

The paper describes the lexical units that form the nominative space of emotion FEAR in the English cinema discourse. A set of linguistic means that nominate the emotion and its individual features are determined. A lexical unit – the name of the emotion is singled out, the core and the periphery of the nominative space are set, generic, specific and differential semes – components of the semantic structure are differentiated.

Keywords: *emotion, cinema discourse, core, feature, fear, nominative space, periphery.*

УДК 811.111:659.154

Ковальчук І.В., асист.,
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка

НАПРЯМИ ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНОГО РЕКЛАМНОГО ДИСКУРСУ

У статті узагальнюються результати досліджень реклами, проведених у межах економічних, соціологічних, психологічних та лінгвістичних наук. Аналізуються варіанти трактування понять «рекламний текст» та «рекламний дискурс», які є домінантними в сучасній вітчизняній та закордонній лінгвістиці. Робиться спроба знайти місце рекламного дискурсу в системі дискурсів і охарактеризувати його типові дискурсивні риси.

Ключові слова*: реклама, рекламна діяльність, рекламна комунікація, рекламний текст, рекламний дискурс*

Реклама стає об’єктом досліджень багатьох галузей науки. Економісти, соціологи, психологи, історики, дизайнери, діячі кінематографу та телерадіомовлення вважають рекламу “своєю територією”, що підлягає вивченню і детальному розвитку. Це говорить про складність та багатогранність реклами як явища, яке знаходиться “на стику наук” [16, с.4].

Оскільки дослідженнями в рекламі займаються спеціалісти найрізноманітніших профілів, існує багато ракурсів, з яких можна визначити рекламу: з позицій інформаційного процесу, процесу комунікації, процесу, що забезпечує зв’язки з громадськістю, процесу організації збуту и т.д. Все це, безумовно, має право на існування, проте ускладнює пошук підходів до комплексного вивчення цього явища, яке має, з одного боку, нематеріальний вияв завдяки вербально-невербальній інформації, що міститься в рекламі, а з іншого, – суто матеріальний – в умовах товарно-грошового обміну [16, с.5].

Для сучасної цивілізації реклама починає виконувати функцію, що раніше належала мистецтву. Вона займається ідеологічним трактуванням себе та світу, створює

структури значень. Реклама виступає як структура, що трансформує мову об'єктів в мову людей і навпаки. Її метою є включити людину в свою структуру значень, "залучити її до участі в декодуванні своїх лінгвістичних та візуальних знаків і отримати задоволення від цієї діяльності декодування" [26, с. 33].

Ставлення до реклами в мистецтвознавстві сформульовано в роботах М.С. Кагана «Початок естетики» та «Морфологія мистецтва», в яких автор визнавав процес створення реклами творчим і, називаючи його мистецтвом, стверджував, що «в наш час реклама входить в сферу художньої творчості» [13].

У підручниках з маркетингу домінує визначення реклами, запропоноване американськими маркетологами К.Л. Бове і У.Ф. Аренсом, а саме: «Реклама – це неперсоніфікована передача інформації про продукцію, послуги чи ідеї, яка зазвичай оплачується відомими рекламодавцями, має характер переконання і передається через різні носії» [8, с. 3]. Реклама є складовим елементом маркетингової стратегії компанії і потрапляє в категорію заходів стимулювання збуту. Місце реклами, її види та функції, характеристики, складові елементи, взаємозв'язок з іншими елементами в системі маркетингової комунікації розглядаються в роботах К.Л. Бове і У.Ф. Аренса 1995, Ф. Котлера 1990, Д.Огілві 2006, Е.Райса та Дж. Траута 2005, Дж. Бернета та С.Моріарті 2001, Ю.Б.Миронова та Р.М. Крамара 2007. В англійській мові для визначення поняття "реклама" використовують терміни *«advertising»*, «*advertisement»*, *«commercial»*, а також скорочення *«ad»*, яке виникло як професійний жаргон серед рекламістів та журналістів, а згодом закріпилося в мові в процесі його практичного використання. За змістом термін *«advertising»* ближче до значення слів «рекламування» або «рекламна діяльність», а термін *«advertisement»* означає конкретну рекламу, продукт рекламної діяльності, наприклад рекламне оголошення в газеті [32].

Ці лексичні одиниці утворюють словосполучення, які відображають структуру *(ad headline, advertising model)*, зміст *(advertised brand/ product, advertising claim/ clutter/concept/idea/statement/theme*, *commercialized product/ concept/statement),* канал передачі (*advertising media)* та мету повідомлення (*advertising effectiveness/message/ penetration)*, описують людей *(ad groups, advertiser, advertising manager)*, організації (*advertising agency/school/federation)* та засоби (*advertising contract, commercial auction/pool)*, які задіяні в процесі рекламування, правила та стратегії *(advertising strategy/substantiation, commercialization).*

Поява нового засобу передачі повідомлень – інтернету – відобразилася появою таких словосполучень, як *ad blocking, ad clicks, ad copy, ad scheduling, ad title, ad views, pop-up ad, pop-under ad, Internet advertising, on-line advertising, advertising network.*

Поняття «реклама» тривалий час асоціювалося з розповсюдженням інформації про товари та послуги. Поступово розвиток реклами і її масовий характер призвели до того, що термін «реклама» набув значення «діяльність», і рекламна діяльність перетворилася на соціальний інститут, який стали визначати поняттям «індустрія реклами» (*advertising industry*). Реклама стала міжгалузевою системою, яка функціонує в складі економічного комплексу.

Для позначення наукової галузі, що вивчає рекламу як соціально-економічне явище, деякі автори все частіше використовують термін *advertology* («адвертологія»).

Відбувається формування нового соціального інституту – реклами, який визначає соціально-економічні парадигми суспільства і стає поштовхом для проведення наукових досліджень.

У дослідженнях, проведених в межах філософії**,** спостерігається тенденція розглядати рекламу як «ознаку переходу до постіндустріального суспільства з інформаційно-технічною складовою життєвого простору» та висловлюється твердження про те, що реклама, з одного боку, «справляє виражений реанімуючий вплив на культуру», а з іншого боку, є «потужним індикатором розвитку суспільства, маючи культуроформуючий потенціал» [10, с.146]. В основі подібного твердження лежать ідеї, виражені в роботах Р.Барта 1975, У.Еко 1998, М.К. Мамардашвілі 1986, Ю.Хабермаса 2006, Г.Д. Гачева 1988. Подібного погляду дотримується нове покоління авторів праць з філософії, а саме: Є.О Кожемякін 2013, Д.К.Манохіна 2011, Л.Є.Трушина 2001, В.А.Тімшин 2003.

У психологічній науці різні характеристики рекламної діяльності людини, особливо ті, що регулюються її оцінним компонентом, в тій чи іншій мірі розглянуті в цілому ряді досліджень, що стосуються «масової комунікації» (С.Московічі 2008, Г.Г.Почепцов 2002, І.В.Альошина 2001), «колективного навіювання и психології мас» (G.Le Bon 1988, С. Московічі 2008, Л. Войтасік 1981, Г.С.Джоуетт 2001), «маніпуляції масовою свідомістю» (С.Кара-Мурза 2010, О.Л.Доценко 1997, Г. Шиллер 2001), «оцінок і самооцінок» (S.L.Bem 1972, M.Webster, B.Sobieszek 1974, K.G.Gergen 1971), «соціального пізнання» (S.T. Fiske, S.E. Taylor 1987), «соціальних та групових норм» (M.Sherif 2001), «когнітивного дисонансу» (L.Festinger, J.M.Carlsmith 1959), «спілкування, соціальної перцепції, колективної діяльності» (Г.М.Андрєєва 1994, А.А.Бодалев 1995, Б.Ф.Ломов 1984).

У сучасній лінгвістичній науці дослідження мови не обмежується лише аналізом її формальної структури, дослідників цікавить семантична та прагматична інформація, яку вона реалізує в процесі комунікації, тому цікавість лінгвістів до реклами як типу тексту особливої прагматичної спрямованості все більш очевидна. В.В. Ученова пише, що «реклама – це відгалуження масової комунікації, в руслі якого створюються та розповсюджуються інформативно-образні та експресивно-сугестивні твори, адресовані групам людей з метою закликати їх до вибору чи дії, потрібної рекламодавцю» [24, с.8].

У широкому розумінні «текст» визначається як продукт усного та письмового мовлення, як певна послідовність мовних/мовленєвих (знакових) засобів, які мають ознаки зв'язності, цільності та емотивності [22, с.3], об'єднана змістовним та граматичним зв'язком послідовність одиниць мовлення: висловлювань, фрагментів, розділів і т.п. [21, с.16]. Широке розуміння терміну «текст» (Бахтін 1986, Бєлозьорова 2001, Лотман 1998, 2000, Майданова 1996) пов'язане з широким трактуванням терміну «мова», коли під мовою розуміють «будь-яку комунікативну систему, яка користується знаками, які певним чином впорядковані» [15, с.28; 4, с.475]. Відповідно до цієї точки зору, текст – «повідомлення цією мовою», окреме семіотичне утворення, яке замкнене в собі і має цілісне неподільне значення і цілісну неподільну функцію [15, с.25], «будь-який зв'язний знаковий комплекс» [4, с.473]. Крім того, в основі широкого розуміння тексту лежить погляд на культуру як на складне

семіотичне утворення, яке являє собою певну систему конвенційних знаків. В результаті «всі явища культури вважаються текстами [18, с.124-125], а текст – як, утворене за допомогою знакових систем, інформаційне ціле, яке може бути виражене як вербально, так і невербально [7, с. 16].

Рекламний твір – текст особливого типу, оскільки в його структурі можуть функціонувати знаки різних семіотичних систем [9, с.19]. Вербальні та іконічні елементи рекламного тексту «не є сумою семіотичних знаків, їхні значення інтегруються і утворюють складно побудований смисл» [1, с. 11]. Відповідно актуальним напрямком дослідження рекламних текстів в сучасній лінгвістиці став аналіз поєднання двох регістрів (вербального і візуального), на що вперше звернув увагу У.Еко [25, с.180].

Рекламний текст, який складається зі знаків різний семіотичних систем, отримав назву креолізованого тексту (Алексеев, 2002; Анисимова, 2003; Лазарева, 2003; Сорокин, Тарасов, 1990; и др.). Сьогодні креолізований текст визначається як «складне утворення, в якому вербальні та іконічні елементи утворюють одне візуальне, структурне, смислове та функціональне ціле, метою якого є комплексний прагматичний вплив на адресата» [2, с. 17]. На думку О.О.Анісімової, креолізований текст принципово не відрізняється від гомогенного вербального тексту, йому притаманні ті ж текстові категорії цілісності, зв'язності, модальності, темпоральності та локативності. Цілісність креолізованого тексту задається комунікативно-когнітивною установкою адресанта, єдиною темою. Зв'язність виражається в узгодженні, тісній взаємодії вербального та іконічного компонентів на різний рівнях: змістовому, мовному, композиційному. Розподіл модальної інформації між частинами тексту може різнитися:в одніх текстах основними носіями модальності стають вербальні засоби, в інших – іконічні, при цьому «модальні ключі» вербальних та іконічних засобів можуть співпадати або контрастувати [2, с. 32-33]. Іконічні засоби можуть самостійно передавати часову та просторову інформацію, реалізовуючи тим самим категорії темпоральності та локативності, проте частіше вписуються в часово-просторовий план вербальної частини тексту і підтримують його, роблять більш наочним [2, с.17-50].

В залежності від наявності зображення в тексті та його зв'язку з вербальною частиною виділяють тексти з нульовою, частковою та повною креолізацією [2, с.15]. О. Булатова зазначає, що «не будь-який рекламний текст належить до розряду креолізованих» і стверджує, що можна виділити «некреолізовані рекламні тексти, які використовують лише вербальний канал передачі інформації» [9, с.29].

Усі лінгвістичні одиниці мають бінарне співвідношення, що пов'язане з рівневою будовою мови. Для поняття «текст» термінологічною парою став термін «дискурс», який актуалізувався в мовознавчих роботах кінця 60-х років XX ст. Можна стверджувати, що незалежно від національної лінгвістичної школи чи теоретичного напрямку термін «дискурс» усіма вченими використовується для дослідження та опису явищ, які відносяться до мовлення. Т.А. ван Дейк поводить достатньо чітку межу між поняттями «текст» і «дискурс»: «дискурс – актуально вимовлений текст, а текст – абстрактна граматична структура вимовленого. Дискурс – це поняття, що стосується мовлення, в той час як текст – це поняття, що стосується системи мови чи формальних лінгвістичних знань, лінгвістичної компетентності» [11, с.127]. Т.А.

ван Дейк запропонував визначення дискурсу в широкому та вузькому смислі. Дискурс в широкому смислі являє собою комунікативну подію, що відбувається між мовцем, слухачем (спостерігачем і т.п.) в процесі комунікативної дії в певному часовому, просторовому контексті. Ця комунікативна дія може бути моленнєвою, письмовою, може мати вербальні та невербальні складові. Розуміння дискурсу у вузькому смислі пов'язане з виокремленням лише вербальної складової комунікативної дії, про яку говорять як про «текст» чи «розмову». В цьому смислі термін «дискурс» позначає завершений продукт комунікативної дії, її письмовий чи «мовленнєвий» результат, який інтерпретується реципієнтами [11].

Більшість сучасних вчених погоджуються, що у визначенні дискурсу необхідно відобразити його найважливіші формальні, функціональні та ситуаційні характеристики. З точки зору форми, дискурс є утворенням, яке перебільшує за обсягом речення і співвідноситься з такою одиницею мови, як текст. З функціональної точки зору, дискурс розглядається як сукупність функціонально організованих та визначених контекстом вживань мови. Ситуаційна характеристика дискурсу полягає в тому, що він включає в себе набір соціальних, культурних та прагматичних факторів, які лежать за межами лінгвістичного матеріалу, проте мають безпосередній вплив на характер мовлення (Макаров 2003, Карасік 2004). Найбільш повне визначення дискурсу дає Н.Д.Арутюнова, яка розуміє дискурс як «зв'язний текст в сукупності з екстралінгвістичними (прагматичними, соціокультурними, психологічними та інш.) факторами; текст, взятий в собитійному аспекті; мовлення, яке розглядається як цілеспрямована соціальна дія; компонент, який бере участь у взаємодії людей і механізмах їхньої свідомості (когнітивних процесах). Дискурс – це мовлення, занурене в життя» [3, с.136-137].

У своїх працях Н. Феркло дає три визначення дискурсу. В абстрактному смислі дискурс стосується використання мови як соціальної практики. Дискурс також розглядається як різновид мови, що використовується в межах певної галузі, наприклад політичний дискурс чи рекламний дискурс. І третє значення – це дискурс як спосіб «мовлення», яким надається значення життєвому досвіду [29, с.115], в основі якого лежить певна точка зору. Центральним в теорії Н.Феркло став розгляд взаємодії між дискурсивною практикою та соціальними структурами з урахуванням їхнього комплексного характеру та мінливості з часом.

Поштовхом для ґрунтовного вивчення рекламного дискурсу в лінгвістиці стала робота Дж. Ліча, який описав лінгвістичні прийоми, що використовувалися в британських рекламних текстах. Акцентом дослідження став аналіз граматичних особливостей рекламних текстів. Серед таких особливостей Дж.Ліч виділив низьку частоту вживання артиклів, допоміжних дієслів та займенників, домінування іменників над прикметниками та дієсловами, значну перевагу номінативних речень над дієслівними. Працюючи в традиціях літературного критицизму, Дж.Ліч назвав рекламу різновидом літературного жанру, стверджуючи, що, як і в літературі, автор рекламного тексту часто покладається на непередбачувані стратегії розповіді і творчу експлуатацію мови, використовуючи типові лінгвістичні моделі та техніки. Таким чином, робить висновок автор, метою адресата є привернути та утримати увагу читача, роблячи рекламне повідомлення таким, що легко запам'ятовується, і підштовхнути читача до

певної дії, що досягається завдяки креативному використанню типових моделей [31]. Навіть сьогодні дослідження Дж. Ліча не втрачає актуальності.

Більш сучасне і глибоке дослідження британського рекламного дискурсу на матеріалі рекламних оголошень, розміщених в друкованих виданнях, на телебаченні та бігбордах, було проведено Гаєм Куком (Guy Cook) у 1992 році. Метою дослідження Г.Кука став аналіз текстуального значення з урахуванням ступеня взаємодії рекламного дискурсу з іншими видами дискурсу. Крім того аналіз лінгвістичних засобів проводиться в комплексі з аналізом візуальних, музичних та паралінгвістичних особливостей. Г.Кук вивчає такі питання, як точне вербальне вираження інтенцій автора рекламного повідомлення, інтерпретація та розуміння повідомлення читачем. Особливий акцент робиться на вираженні соціальних цінностей, аналізі соціальних та ґендерних ролей та вербалізації ідентичності адресата та адресанта в рекламному дискурсі [28].

Вивченню лінгвістичних засобів у телевізійній рекламі США присвячена робота М.Гайса (Michael L. Geis 1982). М.Гайс подає детальний опис порівняльних конструкцій, процесу номінації шляхом словоскладання і вживання злічуваних та незлічуваних іменників. Особливу увагу отримали такі аспекти як кодування наміру адресанта та декодування повідомлення адресатом [30]. Висновки М.Гайса в основному збігаються з положеннями, які були сформульовані П.Грайсом в 1975 р. (H.P.Grice, 1975), а саме: розуміння залежить не стільки від декодування повідомлення, закодованого певними символами, скільки від впливу значень та контекстуальної інформації, що імпліцитно передаються символами. Імплікатура смислів актуалізується завдяки правилам спілкування в певних ситуаціях, прийнятим обома сторонами комунікації, так званими максимам.

Спираючись на результати досліджень, проведених Дж.Лічем та М.Гайсом, Поль Бруто (Paul Bruteaux) проводить дослідження дискурсу приватних рекламних оголошень в періодичних виданнях Британії, аналізуючи структурні та синтаксичні особливості. П.Бруто робить висновок, що характерним для дискурсу приватних рекламних оголошень є спрощення граматичних та синтаксичних конструкцій за рахунок порушення конвенційних норм вживання артиклів, займенників, допоміжних та модальних дієслів, дієслів-звєязок та дієслівних флексій. Натомість розповсюдженою стає інтеграція мовних засобів, наприклад, перерахування іменників, прикметників, вживання абревіатур та скорочень, що приводить до економії та спрощення використаних мовних засобів [27, с.80-81]. Проводиться грунтовний аналіз композиційної структури рекламних повідомлень, типових синтаксичних моделей та функціональних особливостей. Цінність проведенного дослідження полягає в тому, що, по-перше, дискурс приватних рекламних повідомлень розглядається в порівнянні з іншими типами дискурсів, з урахуванням екстралінгвістичних факторів, серед яких П.Бруто виділив групу категоріальних факторів (фактор економії мовних засобів, наявність документального першоджерела, зворотній зв'язок) та групу релевантних факторів (запланованість комунікації, обмеженість набору тем, статус учасників). По-друге, робиться спроба розробити універсальну методологію проведення аналізу дискурсів різного типу з акцентом на екстралінгвістичні фактори [27, с.161-166].

У сучасній українській та російській лінгвістиці також робляться спроби знайти місце рекламного дискурсу в системі дискурсів та виділити універсальні критерії для порівняльного аналізу.

В основі класифікації дискурсів, запропонованої В.І. Карасиком, лежить соціолінгвістичний фактор, а саме приналежність учасників спілкування до певної соціальної групи, які діють в межах певної комунікативної ситуації. Автор виділяє два основних типа дискурсу: персональний (особістісно-орієнтований) та інституційний. Рекламний дискурс В.І. Карасік відносить до інституційного типу дискурсу, оскільки в ньому виділяються чіткі статусно-рольові відносини (товаровиробник – споживач).

У класифікаціях, запропонованих Ф.С.Бацевичем [5, с.15-19], Г.Г.Почепцовим [19, с.62] та К. Сережим [20, с.76], рекламний дискурс належить до комунікативних дискурсів.

Існує думка, що рекламний дискурс – це відносно автономне утворення в межах дискурсу ЗМІ. Він організований як перманентна комунікація відправника рекламного повідомлення та реципієнта. Особливістю рекламного дискурсу є те, що співвідношення вербального та невербального в ньому набуває форми взаємодії символічних та індексальних знаків [17, с.42]

Підтримуючи думку І.Г. Овчіннікової, вважаємо, що незважаючи на те, що рекламний дискурс знаходить своє місце в різноманітних класифікаціях, він є досить автономним і відрізняється від інших типів дискурсів. Реклама є креалізованим текстом, який має одновекторну направленість, оскільки завжди ініціюється товаровиробником, в той час як інші дискурси (дипломатичний, батьківський, діловий та інш.) включають в себе комунікацію, яка може бути ініційована будь-яким учасником комунікаційної ситуації.

Така особливість рекламного дискурсу обумовлена його прагматичним характером. А.Д.Бєлова відносить рекламний дискурс до аргументативного типу, який апелює до ціннісної системи, до емоцій, що більше нагадує навіювання, ніж переконання [6, с.145], а В.В. Зірка – до маніпулятивного типу [12, с.58]. О.О.Терпугова визначає рекламний дискурс як особливий різновид імперативного дискурсу, який займає проміжне положення між аргументативним (персуазивним) та пропагандиським (маніпулятивним) дискурсами [24, с.8]. Але всі погоджуються, що реклама є прагматично-активним дискурсом. Наше розуміння масової комунікації орієнтовано на прагматичний розгляд інтегрованої впливаючої функції мовлення і візуального комплексу (знака чи образа) на масову індивідуальну свідомість. Так, в педагогічному, політичному, дипломатичному дискурсах також метою є вплив на співбесідника в процесі мовленнєвої діяльності. Проте, лише в рекламному дискурсі прагматичність зводиться до єдиної кінцевої мети – отримання прибутку. Рекламна комунікація в межах рекламного дискурсу суворо регламентована. На відміну від інших типів комунікації, вона не може виникнути стихійно. Рекламній комунікації передує ряд формальних процедур (визначення каналу передачі, часу виходу повідомлення, частоти його транслювання). Крім того, рекламний дискурс передбачає опосередковану комунікацію завдяки наявному каналу передачі рекламного повідомлення. Канал передачі інформації може бути в наявності і в межах інших дискурсів, проте лише в

рекламній комунікації він є обов'язковим компонентом. Рекламний дискурс більше ніж інші типи дискурсу є віддзеркаленням суспільної свідомості. Рекламна комунікація стає інструментом впливу на суспільство, відображаючи цінності, норми, наміри певного суспільства.

Спроможність реклами проникати в різні сфери життя, використовувати надбання різних галузей науки та здійснювати вплив на спосіб життя людства робить рекламу об'єктом багатьох досліджень. Проте, незважаючи на велику кількість наукових праць, присвячених рекламі, на думку Г.Г. Почепцова, "все більш стає відчутна необхідність в якісних, а не кількісних підходах" [19, с.293].

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Алексеев Ю. Г . Вербальные и иконические компоненты креолизован- ного текста в интракультурной и интеркультурной коммуникации (экспериментальное исследование) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. / Ю.Г. Алекскеев. – Ульяновск, 2002. – 23 с.
2. Анисимова Е.Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизированных текстов) / Е.Е. Анисимова. – М.: Изд. центр "Академия", 2003. – 128с.
3. Арутюнова Н.Д. Дискурс / Н.Д. Арутюнова. // Лингвистический энциклопедический словарь / Гл. ред. В.Н. Ярцева. М.: Сов. энциклопедия, 1990. – 685 с.
4. Бахтин М. М. Литературно-критические статьи / М.М.Бахтин. – М. : Худож. лит., 1986. – 543 с.
5. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики: Підручник. [Текст] / Бацевич Флорій Сергійович. – К.: Видавничий центр «Академія», 2004. – 344с.
6. Белова А.Д. Лингвистические аспекты аргументации / Белова Алла Дмитриевна. – К.: КДУ, 1997. – 298с.
7. Белозерова Н. Н . Семиологические аспекты интегративной поэтики (на материале русских, английских и ирландских художественных текстов): дис. ... д-ра филол. наук. / Н.Н. Белозерова. – Тюмень, 2001. – 351 с.
8. Бове К.Л. Современная реклама. / К.Л. Бове, У.Ф. Аренс. – Тольятти: Изд. Дом Довгань, 1995. – 704с.
9. Булатова Э. В. Стилистика текстов рекламного дискурса : [учеб. пособие] / Э. В. Булатова. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2012. — 264 с.
10. Водопьянова Н.А. Философия рекламы в контексте социогуманитарного знания / Н.А.Водопьянова // Современные проблемы науки и образования.— 2009. – №5 – С.146-149 [Електроний ресурс]: Режим доступу URL: www.science-education.ru/33-1250
11. Дейк ван Т.А. К определению дискурса/ Т.А. ван Дейк. [Електроний ресурс]: Режим доступу: http://psyberlink.flogiston. ru/internet/bits/vandij k2. htm.
12. Зирка В.В. Языковая парадигма манипулятивной игры в рекламе: дис. … д-ра филол. наук: 10.02.02 / Зирка Вера Васильевна. – Днепропетровский национальный ун-т. – Д., 2005. – 462с.
13. Каган М.С. Морфология искусства / М.С.Каган. – М.: Искусство, 1972. – 440с.
14. Лебедев-Любимов А.Н. Психология рекламы. / А.Н. Лебедев-Любимов. – СПб.: Питер, 2002. – 368 с.
15. Лотман Ю.М. Структура художественного текста / Ю.М. Лотман // Лотман Ю.М. Об искусстве. – СПб.: «Искусство – СПБ», 1998. – с. 14-285 [Електроний ресурс]: Режим доступу: www.gumer.info/bibliotek _Buks/Literat/Lotman/_17.php

16. Медведева Е.В Рекламная коммуникация / Медведева Елена Вячеславовна. – Изд.3-е. – М.: Издательство ЛКИ, 2008. – 280с.
17. Овчинникова, И. Г. Язык – культура – цивилизация [Текст] / И. Г. Овчинникова// Вестник Пермского университета. – 2006. – N3. – с. 7-19.
18. Петрова Н. В. Текст и дискурс / Н.В. Петрова // Вопр. языкознания, 2003, № 6. – С. 123-131.
19. Почепцов Г.Г. Коммуникативные технологии XX века / Почепцов Георгій Георгійович. – М., 2002. – 185с.
20. Серажим К. Дискурс як соціолінгвальне явище: методологія, архітектоніка, варіативність / К. Серажим/ [за ред. В.Різуна]. – К.: Нац. ун-т ім. Т.Шевченка, 2002. – 392с.
21. Солганик Г. Я. Стилистика текста / Г.Я. Солганик. – М. : Наука, 2000. – 256 с.
22. Сорокин Ю. А . Психолингвистические аспекты изучения текста / Ю.А. Сорокин. – М. : Наука, 1985. – 167 с.
23. Терпугова Е.А. Рекламный текст как особый тип императивного дискурса: дис. … канд. філол. наук: 10.02.01/ Елена Алексеевна Терпугова. – Иркутский Государственный ун-т, Иркутск, 2000. – 181с.
24. Ученова В.В. Философия рекламы / В.В. Ученова. – М.: Гел-ла-принт, 2003. – 208 с.
25. Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию [Електроний ресурс] / У. Эко. – ТОО ТК «Петрополис», 1998. – 432с.: Режим доступу: www.classes.ru/grammar/139.semiology/worddocuments/ 52.htm
26. Bignel, J. Media Semiotics. An Introduction / J. Bignel. – Manchester, 1997. – 242p.
27. Bruthiaux, P. The Discourse of Classified Advertising: Exploring the Nature of Linguistic Simplicity / Paul Bruthiaux. – Oxford university Press, Oxford, 1996. – 225p.
28. Cook, Guy. The discourse of advertising / Guy Cook. – London: Routledge, 1992, 327p.
29. Fairclough N. Critical Discourse Analysis: The critical study of language / N. Fairclough. – L.-N.Y.: Longman, 1995.
30. Geis, Michael L. The language of television advertising / Michael L. Geis. – New York: Academic Press, 1982.
31. Leech G.N. English in Advertising / Geoffrey N. Leech. – London: Longman, 1966, pp.240.
32. Marketing Dictionary [Електроний ресурс].https://www.ama.org/resources/Pages/Dictionary.aspx

Оригінал статті надійшов до редакційної колегії 10.10.2015 р.

Ковальчук И.В., ассист.,
Институт филологии Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко

НАПРАВЛЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ СОВРЕМЕННОГО РЕКЛАМНОГО ДИСКУРСА

В статье обобщаются результаты исследований рекламы, которые проводились в пределах экономических, социологических, психологических и лингвистических наук. Анализируются варианты трактовки понятий «рекламный текст» и «рекламный дискурс», доминирующие в современной отечественной и зарубежной лингвистике. Делается попытка определить место рекламного дискурса в системе дискурсов и охарактеризовать его типичные дискурсивные черты.

Ключевые слова: *реклама, рекламная деятельность, рекламная коммуникация, рекламный текст, рекламный дискурс*

I.V. Kovalchuk, Assistant Professor, English Philology Dept.
Institute of Philology Taras Schevchenko National University of Kyiv

The article summarizes the results of advertisement researches which were carried out within economic, sociologic, psychological and linguistic sciences. The author analyses the approaches to define and interpret such notions as "advertising text" and "advertising discourse" that are considered to be domineering in modern linguistics in Ukraine and abroad. The author makes an attempt to find the place of advertising discourse in the discourse system and characterizes its typical discourse features.

Key words: *advertisement, advertising, communication in advertising, advertising text, advertising discourse*

УДК 81'27'272:811.111

Ладика О.В.,
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

СТРУКТУРА ЛІНГВОКУЛЬТУРНОГО КОНЦЕПТУ AMERICAN DREAM: МЕТОДИКА ЇЇ ДОСЛІДЖЕННЯ

У статті репрезентовано аналіз підходів до виділення компонентів змістової структури концепту.Визначено послідовність етапів дослідження семантичної структури лінгвокультурного концепту AMERICAN DREAM. Описано методику дослідження компонентів структури концепту AMERICAN DREAM. Робиться висновок про те, що запропонований комплексний аналіз дає змогу отримати відносно достовірне уявлення про методи опису різнорівневої структури та динаміки вербалізованого лінгвокультурного концепту AMERICAN DREAM.

Ключові слова: *метод дослідження, лінгвокультурний концепт, концептуальний аналіз, компонентний аналіз, семантична структура.*

Сучасна лінгвістика зробила значний крок від системно-структурного аналізу мови до аналізу мови з урахуванням «людського фактору» у ній. У цьому плані отримано чимало корисних даних, помітна перспектива подальших досліджень. Разом з тим, як зазначають лінгвісти, внаслідок складності явища існує ще багато нерозв'язаних проблем. Серед них **актуальною** є проблема методології вивчення лінгвокультурних концептів.

Об'єктом цього дослідження виступає лінгвокультурний концепт AMERICAN DREAM, **предметом** – методологія вивчення структури вербалізованого лінгвокультурного концепту. **Мета** статті – розглянути й систематизувати методи, які доцільно застосовувати під час моделювання структури вербалізованого лінгвокультурного концепту AMERICAN DREAM.

Лінгвокультурний концепт – складне ментальне утворення, одиниця колективного знання (свідомості), яка має мовне вираження (окремі лексеми, словосполучення, паремії, метафоричні вирази, фразеологізми тощо) та відмічене етнокультурною

специфікою. Рівні (чи шари) лінгвокультурного концепту є результатом культурного життя різних епох. Тому перед дослідником постає питання вибору оптимальних методів вивчення лінгвокультурного концепту, за допомогою яких можна визначити концепт у всій сукупності його значень і дослідити різні рівні його вербального вираження.

Метод дослідження – це засіб наукового пізнання, сукупність підходів до вивчення явища, застосування яких дає можливість вивчити досліджуваний феномен. Метод розглядається як процедура інтерпретації, яка охоплює вихідні знання.

У нашому дослідженні лінгвокультурний концепт AMERICAN DREAM розглядається як багатовимірне культурно значуще утворення, що акумулює знання про певний фрагмент дійсності у колективній свідомості американської лінгвокультурної спільноти, об'єктивується його мовною формою й відзначений лінгвокультурною специфікою.

Структуру концепту аналізуємо з урахуванням останніх досліджень та підходів до моделі лінгвокультурного концепту. Усі лінгвісти погоджуються, що багатомірність лінгвоконцепту співвідноситься з його складністю, внутрішньою розчленованістю, яка обумовлює виділення в ньому декілька якісно відмінних складових (шарів, вимірів та ін.). Розбіжності тут стосуються в основному кількості та характеру семантичних компонентів: «дискретна цілісність» концепту утворюється взаємодією «поняття», «образу» і «дії» [6, с.18]; в ньому виокремлюється поняттєва сторона і «все, що робить його фактом культури» – етимологія, сучасні асоціації, оцінки [7, с.41]; «ціннісна, образна і поняттєва сторони» [2, с.129]; «поняттєва складова, яка відображає ознакову і дефініційну структуру концепту, образна складова, яка фіксує когнітивні метафори, що підтримують його в мовній свідомості, і значеннєва складова, що визначається місцем, яке займає ім'я концепту у мовній системі» [3, с.80]; поняттєвий субстрат концепту, перцертивно-образний адстрат та ціннісний (валоративний) епістрат [10, с.55-64]; первинна форма-концептус, чуттєво-зоровий образ, логічне поняття, символ [6, с.36-38].

Проведення наукового аналізу концепту AMERICAN DREAM передбачає: а) інвентаризацію його складників шляхом узагальнення семантики слів, які його об'єктивують; б) поєднання інвентаризації виділених конституентів з особливостями їхнього функціонування; в) розгляд прагматики слів-виразників концепту через дослідження історико-культурних факторів функціонування концепту.

Аналіз фактичного матеріалу, відібраного для нашого дослідження (прецедентні тексти: художні твори (У. Бредфорда, Г. Джеймса, Т. Драйзера, А. Міллера, Е. Олбі, Дж. Стейнбека, Б. Франкліна, Р. Фроста, Ф.С. Фіцджеральда, Л. Хьюза та ін. (загалом 22 автори та 52 твори) загальним обсягом близько 10000 сторінок, наукові дослідження з економічної, політичної, соціологічної проблематики (загальним обсягом близько 2500 сторінок), словникові дефініції отримані із 31 лексикографічного джерела, публікації в американській пресі, матеріали інформаційних сайтів та універсальні висловлювання з питання становлення та розвитку американської нації, її цінностей та принципів (орієнтований обсяг цього матеріалу 2000 сторінок) ми здійснюємо у кілька етапів:

1) виявлення соціально-історичного чинника у процесі концептуалізації поняття *American dream;*

2) дослідження концептуалізації поняття *American dream*

3) виявлення поняттєвого компонента концепту AMERICAN DREAM;

4) характеристика образного складника концепту;

5) опис ціннісного аспекту досліджуваного концепту;

6) характеристика символьного компоненту семантичної структури концепту AMERICAN DREAM;

7) опис національно-культурного компоненту;

8) виявлення ідейного компонента досліджуваного концепту;

9) представлення польової моделі лінгвокультурного концепту AMERICAN DREAM.

Для системного дослідження впливу культури на процес концептуалізації поняття *American dream* та встановлення його етнокультурних характеристик ми використовуємо *описовий метод, метод лінгвістичного спостереження* та *метод лінгвокультурологічного аналізу*, що полягає у комплексному аналізі та інтерпретації емпіричного матеріалу з урахуванням культурного контексту певної історичної епохи. Це стає можливим завдяки залученню тих даних, які були отримані з історичних та культурологічних джерел. Такий підхід дозволяє поєднати лінгвістичний матеріал з історико-культурним тлом, що визначало світогляд мовця тогочасної епохи та розглядати його у світлі лінгвокультурології. Наприклад, номінація *equality* (рівність) в американській лінгвокультурі тісно пов'язана з проблемою свободи та расової дискримінації, яка стала гострішою у другій половині XIX ст., що висвітлено у вірші У. Уїтмена «Over the Carnage»: *The dauntless and rude shall touch face to face lightly;/ The dependence of Liberty shall be lovers, / The continuance of Equality shall be comrades* (Whitman W.). Словосполучення *continuance of Equality* свідчить про рівність усіх громадян, що є засадничим принципом формування суспільного устрою.

У вивченні історичної семантики номінаторів концепту AMERICAN DREAM ми використовуємо *діахронічний* і *синхронічний* підходи. Синхронічний підхід полягає у вивченні мови на певному етапі як системи відношень, що розглядається абстраговано від часового фактору та фактору мовних змін. Використання цього підходу зумовлене вивченням мовного матеріалу певного періоду в історії англійської мови – її американського варіанту. На кожному з виокремлених етапів концептуалізації поняття *American dream* застосовувався синхронічний підхід для виділення характерних мовних одиниць та концептуальних ознак поняття.

Динамічна природа концепту визначає одну з найважливіших його функцій – доносити до людей знання про різноманітну та мінливу навколишню дійсність. При повному вивченні певного концепту та його місця у лінгвокультурі конкретного народу дослідник не може обмежитись одним часовим відрізком, тому він аналізує концепт у розвитку, в еволюції, враховуючи зміни у лексичному, ціннісному, поняттєвому, образному представленні досліджуваного концепту. Застосування діахронічного підходу дозволяє вивчити розвиток та зміни у змісті концепту. *Діахронічний метод* використовується при підведенні підсумків еволюції поняття *American dream,* щоб прослідкувати розвиток форм і значень слів, що вживалися на позначення американської ідеї від моменту її появи в історії та культурі США. Це дозволяє встановити

чинники, що впливали на оформлення особливого семантичного наповнення досліджуваних лексичних одиниць. Наприклад, ми з'ясували, що впродовж свого історичного розвитку поняття *American dream* втрачало одні соціальні й оцінні конотації та здобувало інші, нерідко протилежні порівняно з попередніми. Номінації *liberty* (свобода), *fairness* (чистота, чесність), *democracy* (демократія), *equality* (рівність), *prosperity* (процвітання), *justice* (справедливість) можна вважати не лише первинними, але і основними смислами організації поняття *American dream.* Поява нових значень у нових контекстах дозволила виділити етапи концептуалізації поняття *American dream* та основні лексичні одиниці на кожному з етапів: 1) XVI – XVII ст. Період зародження *American dream*: *New World, Eden, freedom of religion, opportunity, hard work, courage, faith, individualism*; 2) XVIII ст. Підписання «Декларації про незалежність» та її вплив на *American dream*: *hard work, success, industry, business, frugality, temperance, virtues, upward mobility, independence*; 3) XIX ст. Індустріалізм, прогрес та *American dream*: *democracy, equality, individualism, a self-made man, hard work, talent, luck, decency, wealth, success, prosperity, Andrew Carnegie, John P. Rockfeller*; 4) Початок – середина XX ст. Матеріалізм *American dream*: *money, prosperity, achievements, wealth, quick, individualism, pursuit of happiness, morals, land ownership, finding deposits of gold, economic opportunities, manage to rise, immigration, family*; 5) Середина XX – XXI ст. (цей період не був об'єктом нашого дослідження).

Наступним кроком нашого дослідження є опис усіх компонентів семантичної структури концепту.

Поняттєвий компонент лінгвокультурного концепту – мовна фіксація концепту, його позначення, опис, ознаки, дефініції [3, с.49-50]. Для опису поняттєвого компоненту ми використовуємо *аналіз словникових дефініцій* для виділення тих семантичних домінант імені концепту, які не змінюються з часом (це: мрія, надія (*dream, hope*), свобода (*liberty, freedom*), рівність (*equality*), достаток (*prosperity*), успіх (*success*), демократія (*democracy*), відкриті можливості (*open possibilities*), радість (*joy*), щастя (*happiness*), пошук (*search, quest*), процес (*process*), діяльність (*action, activity*), розбагатіти (*get rich*), можливий (*real*), здатність (*ability*), хороше життя (*good living*) або краще життя (*better life*), приватна власність (*private property, homeownership*).

Образний компонент концепту увібрав у себе знання, образи та асоціації, які викликаються у свідомості у зв'язку з тим чи іншим денотатом [10, с.57]. Включення у склад концепту образної складової (типового уявлення, гештальту, прототипу, стереотипу, символу та ін.) це саме те, що вигідно відрізняє його від поняття, позбавленого наочності. При аналізі образного компоненту лінгвокультурного концепту AMERICAN DREAM використовувався *аналіз метафоричних засобів вираження концепту* у мовній свідомості. Наприклад, персоніфікована *American dream* концептуалізується через соматичну метафору. *American dream*, уподібнюючись до її суб'єкта, наділяється певними органами, зокрема, у неї можуть бути виділені саме тіло і його частини: голова, серце, вени: *a body of free man* (Wilson W.); *the very heart of the dream* (Hochschild J.L.); *at the heart of the dream* (Burett B.); *a vein of gold* (Hochschild J.L.). У *American dream* є голос, і він схожий на дзвін грошей*: …an indiscreet voice… It's … full of money…* (Fitzgerald F.S.) Аналіз концептуальних метафор був проведений

згідно із запропонованим Дж. Лакоффом та М. Джонсоном поділом на онтологічний, структурний та просторовий типи [13, с. 35, 49].

Центром лінгвокультурного концепту завжди є цінність [4, с.32; 10, с.61], оскільки він служить дослідженню культури, в основі якої лежить саме ціннісний принцип. Наявність **ціннісної** складової відрізняє концепт від інших ментальних одиниць, якими оперує сучасна наука: поняття стає тільки тоді концептом, коли його супроводжують національно-ціннісні конотації, перетворюючись в одиницю міри менталітету. Оцінні характеристики концепту розкриваються в тлумаченні, в тексті. Тому основним методом вивчення ціннісної складової концепту вважають *інтерпретативний аналіз.*

Ціннісний компонент розглядається через переносні значення та фразеологічні звороти, котрі дозволяють визначити асоціативні ознаки лінгвокультурного концепту. Так, наприклад, було встановлено, що *Wealth (багатство)* є важливою концептуальною ознакою ціннісного компоненту лінгвокультурного концепту AMERICAN DREAM. Своє мовне вираження вона отримує у наступних прикладах: *surplus joy and wealth are sacred trusts* (Carnegie A.); *The Almighty Dollar, that great object of universal devotion throughout our land* (Irwing W.); *striking it rich* (Burkett L.), *becoming better off* (Hochschild J.L.), *the best can't be had for mere money, but… money will do a good deal…* (James H.).

Влід за В. В. Колесовим [6] ми вважаємо, що **символьна складова** лінгвокультурного концепту є прихованою частиною, межею концепту, яка незмінно присутня в його структурі як елемент, який привнесений культурою і реалізується у певних ситуаціях спілкування, у мовленні. Серед основних характеристик символу виділяють: знаковість і конвенціональність, концентрацію змісту, багатозначність, архетипність, образність, повторюваність, вбудованість символу у міф, універсальність у культурі та перехрещення символів у культурах різних часів і народів [6, с.6]. Символ вирізняється також здатністю передавати інформацію, яка виходить за межі значення концепту. Дослідження символічного компонента концепту базувалось на використанні методу *контекстуального* аналізу. Критерієм виділення і визначення символу ми приймаємо його функціональну значимість. Безумовно, символ, як і метафора, є «нащадком» образу. При цьому, ми вважаємо образ механізмом мимовільного дослідження світу, відправною точкою пізнання. У свою чергу, метафора, сформована на основі образу, є двокомпонентним семантичним утворенням, метою якого є називання певного об'єкту опосередковано, через характерні риси іншого об'єкту. Символ, в кінцевому результаті, набуває важливої соціальної й культової функції й призначений не для називання, а для заміщення більш важливих і культурно значимих об'єктів або моделей поведінки. Наприклад, ми зясували, що гемологічні символи (коштовні каміння) та символи, пов'язані з дорогоцінними металами займають вагоме місце у лінгвокультурному концепті AMERICAN DREAM. Як складник досліджуваного концепту *Gold – золото* виступає символом досконалості і багатства: *Tom and Daisy live in a house that has French windows that reflect gold* (Fitzgerald F.S.). Образ коштовностей, вербалізований лексемами *jewels, diamonds, pearls, rubies, coronets, girdles, sapphires* має символічне значення як втілення ознак *Prosperity (Процвітання), Wealth (Багатство)* концепту AMERICAN DREAM: *My father has a diamond bigger than the*

Ritz-Carlton Hotel (Fitzgerald F.S.); *Diamonds as big as potatoes* (James H.); *pearls nearly as big as filberts* (James H.).

Національно-культурна складова відображає національну специфіку семантики одиниць мови, які у сукупності відбивають мовну картину світу її носіїв. Для дослідження національно-культурного компоненту лінгвокультурного концепту AMERICAN DREAM був застосований аналіз взаємозв'язку між національним менталітетом, американським національним характером та засобами їхньої мовної об'єктивації, що демонструють певні культурологічні конотації. Наприклад, було встановлено, що орієнтація на успіх – одна з рис американського національного характеру і є однією з основних складових частин «американської мрії», що представлено в таких номінаціях та метафорах, як *worshipper of success* (Levy T.A., James H.); *the American obsession with success* (Samuelson R.J.; Keating D.J.); *American success story* (Chukwu R.L.; Zarroli J., Diamond E.); *success is a journey not a destination* (Ashe A.).

З метою більш повного представлення структури лінгвокультурного концепту AMERICAN DREAM в американській етносвідомості застосовуємо *польовий метод опису концепту*. Визнаючи польову структуру концепту, погоджуємось із З.Д. Поповою та Й.А. Стерніним, які зазначають, що «польовий опис робиться з опорою на дані про яскравість, актуальність тих чи інших когнітивних (концептуальних) ознак у структурі концепту» [9, с.214]. Концептуальною ознакою вважаємо найменшу одиницю концепту. Виділяємо у структурі концепту ядро, ближню та дальню периферію. В ядерну зону концепту входять поняттєва складова, репрезентована узагальненою інформацією про об'єкт. Щодо зони ближньої периферії, то вона складається із суттєвих, але не основних уявлень, а елементи дальньої периферії становлять власне зміст інших концептів [8, с.53]. До периферії входять смислові елементи образної, ціннісної, національно-культурної, символьної та ідейної складових концепту. Периферійні елементи кількісно домінують над ядерними. За рахунок периферії відбувається якісне і кількісне розширення поля [11, с.86].

Встановлено, що кожен новий історичний етап відкладає свій відбиток на структуру досліджуваного концепту і він збагачується новими смислами. З цієї причини ми відтворювали польову модель концепту AMERICAN DREAM у кожному періоді його еволюції. Виявлено, що єдиною ознакою, яка присутня у ядрі концепту у всіх етапах його розвитку є *Equality (рівність)*. У XVI-XVII ст. концепт AMERICAN DREAM має ідеалістичний характер. У XVIII ст. пропаганда демократії у суспільстві провокують розвиток таких ознак концепту як *свобода (Freedom)* та можливість діяти за власним вибором (*Choice*). У XIX ст. концепт стає все більше індивідуалістично та матеріально спрямованим. У першій половині XX ст. досліджуваний концепт представлений у свідомості американців у конкретних матеріальних речах (*House, Car, Plot of land, Farm*), необхідних для їхнього щасливого життя. А локалізація ознак *Inequality (нерівність), Unattainable (недосяжна), Unfairness (нечесність*) у ядрі концепту, з іншого боку, свідчить про утопічність «американської мрії».

Крім згаданих вище лінгвістичних методів і підходів дослідження лінгвокультурного концепту AMERICAN DREAM в мовній картині світу Сполучених Штатів Америки використано також елементи одного з загальнонаукових методів – *методу квантитативного аналізу*. Кількісний метод слугує обґрунтуванням релевантності певного вербалізатора

для вираження цього концепту. Для комплексного вивчення фактологічного матеріалу було застосовано також *метод узагальнення* та *систематизації* мовних явищ.

Підводячи підсумки, підкреслимо, що поєднання різних прийомів та методів аналізу, які доповнюють один одного, уможливлює об'єктивне дослідження різнорівневої структури та динаміки лінгвокультурного концепту AMERICAN DREAM, закодованої на вербальному рівні. У сукупності використання комплексної методики та широкого фактичного матеріалу сприяє досягненню об'єктивності при характеристиці досліджуваного об'єкту. Перспективним у подальшому дослідженні концепту AMERICAN DREAM є застосування асоціативного експерименту (це метод, який передбачає фіксацію асоціацій, які виникають у свідомості індивіда як результат накопиченого досвіду), що дасть дані про актуальність (або неактуальність) про семантичних ознак ключової лексеми-вербалізатора концепту у свідомості мовців на сучасному етапі функціонування концепту у мовній картині світу США.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бєлова А.Д. Вербальне відображення концептосфери етносу: сучасний стан вивчення проблеми / А.Д. Бєлова // Мовні і концептуальні картини світу. Зб. наук. пр. – К.: Київськ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – 2001. – № 5. – С. 15–21.
2. Бєссонова О.Л. Оцінний тезаурус англійської мови: когнітивно-гендерні аспекти / О.Л. Бєссонова. – Донецьк: ДонНУ, 2002. – 362 с.
3. Воркачев С.Г. Концепт счастья в русском языковом сознании: опыт лингвокультурологического анализа: Монография / С.Г. Воркачев. – Краснодар: Изд-во Кубан. гос. техн. ун-та, 2002. – 142 с.
4. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В.И. Карасик. – Волгоград: Перемена, 2002. – 477 с.
5. Козловський В. До питання методології дослідження лінгвокультурного концепту / В. Козловський // Іноземна філологія. – 2008. – Вип. 120. – С. 3–8.
6. Колесов В.В. Концепт культуры: образ – понятие – символ / В.В. Колесов // Вестник Санкт-Петербургского госуниверситета. – 1992. – Сер. 2. – Вып. 3. – С. 30–39.
7. Ляпин С.Х. Концептология: к становлению похода / С.Х. Ляпин // Концепты. Научные труды Центроконцепта. Вып.1. – Архангельск: Изд-во Помор, ун-та, 1997. – С. 11–35.
8. Моспанова Н.Ю. Добро и зло / Ю.Н. Моспанова // Антология концептов: В 5 т. / [под ред. В.И. Карасика, И.А. Стернина]. – Волгоград, 2005-2008. – Т. 3. – С. 53-67.
9. Попова З.Д. Очерки по когнитивной лингвистике / З.Д. Попова, И.А. Стернин. – Воронеж: Истоки, 2002. – 192 с.
10. Приходько А.М. Концепти і концептосистеми в когнітивно-дискурсивній парадигмі лінгвістики / А.М. Приходько. – Запоріжжя: Прем'єр, 2008. – 332 с.
11. Сабурова Н.А. Структура фразео-семантического поля пространства / Н.А. Сабурова // Филологические науки. – 2002. – № 2. – С. 81 –89.
12. Степанов Ю.С. Константы. Словарь русской культуры: Опыт исследования / Ю.С. Степанов. – М.: Школа «Языки русской культуры», 1997. – 824 с.
13. Lakoff G. Metaphors we live by / G. Lakoff, M. Johnson. – Chicago : University of Chicago Press, 1980. – 239 p.

Дата надходження до редакції 08.10.2015 р.

Ладыка О.В., асп.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

СТРУКТУРА ЛИНГВОКУЛЬТУРНОГО КОНЦЕПТА AMERICAN DREAM: МЕТОДИКА ЕЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

В статье репрезентирован анализ подходов к выделению компонентов структуры лингвокультурного концепта. Определено последовательность этапов исследования семантической структуры лингвокультурного концепта AMERICAN DREAM. Описана методика исследования компонентов структуры концепта AMERICAN DREAM. Делается вывод о том, что представленный комплексный анализ дает возможность получить относительно достоверное представление о методах описания разноуровневой структуры и динамики вербализированого лингвокультрного концепта AMERICAN DREAM.

Ключевые слова: *метод исследования, лингвокультурный концепт, концептуальный анализ, компонентный анализ, семантическая структура.*

Ladyka O., PhD student,
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

STRUCTURE OF THE LINGUOCULTURAL CONCEPT AMERICAN DREAM: METHODOLOGY OF ITS INVESTIGATION

The article deals with analysis of the approaches to the determination of structural components of a concept. We have defined the sequence of investigation stages of the semantic structure of the linguocultural concept AMERICAN DREAM. The methodology of the investigation of the components of the linguocultural concept AMERICAN DREAM has been described. The conclusion has been made, that complex analysis gives the possibility of having a relatively reliable idea about the methods of description of the multilayer structure and dynamics of the verbalized linguocultural concept AMERICAN DREAM.

Keywords: *method of investigation, linguocultural concept, conceptual analysis, component analysis, semantic structure.*

УДК 811.111:37.091.3

Лялько С.В., старший викладач,
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ВИКОРИСТАННЯ ТЕМАТИЧНИХ ВІЗУАЛЬНИХ ЗАСОБІВ У ПРОЦЕСІ ВИКЛАДАННЯ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

Стаття розглядає деякі аспекти використання візуальних засобів у процесі викладання англійської мови. Приділено увагу проблемі недооцінки використання відео засобів для виховного та навчального процесу у вищій школі. Автором статті актуалізовані власні методи роботи з аудиторією під час опрацювання відеоматеріалу. Обґрунтовано можливість використання тематичних художніх фільмів залежно від спеціальності студентів.

Ключові слова*: аудіо-візуальні засоби, використання відео засобів, види аудиторної роботи, тематична класифікація фільмів, відео-заняття, медійний клас, мистецтво кіно.*

На початку 21 ст. стан сучасної системи вищої освіти в Україні характеризувався наявністю принципових проблем, а саме: низьким рівнем культури, творчого та критичного мислення, застарілою програмою освіти, спрямованої на передачу учням готових висновків досягнень сучасної науки (замість того, щоб навчити їх самостійно опановувати прийоми та засоби вирішення проблем), відсутністю ідеологічних засад у подачі дидактичного матеріалу.

Слід зазначити, що сучасна освіта неможлива без використання засобів масової комунікації та інформаційних технологій. Соціологічні дослідження показують, що за останні 10 років кількість молоді, яка практикує в навчанні аудіо-візуальні засоби, зросла приблизно вдвічі в порівнянні з прихильниками традиційної друкованої продукції.

Отже, можна зробити висновок, що вплив медіа на формування особистості сучасної молодої генерації надзвичайно великий. Завдання педагогів – створити умови для адекватного сприйняття віртуальної реальності (творів художнього мистецтва) в контексті об'єктивної реальності оточуючого середовища.

Тим більше, що не треба прикладати великі зусилля в пропаганді та заохоченні студентів дивитись відео в просвітницьких цілях. На жаль, навчальні програми страждають від недооцінки використання відеозасобів у виховному та навчальному процесі вищої школи. Спроби деяких викладачів активно застосовувати відеофільми на кожному занятті наштовхуються на опір методистів, які рекомендують опрацьовувати медіаматеріал в позалекційний час. Небажання вносити до навчальних планів відеозаняття може бути формально обгрунтовано лише відсутністю певної матеріально-технічної бази та медійних кабінетів на факультетах університетів. Але це лише один аспект традиційного ретроградного мислення.

Інша проблема полягає в догматичних стереотипах про місце і форми подання відео на заняттях у навчальних закладах. Вважається, що відеофільму (цілому або окремим частинам) не слід присвячувати повне заняття, використовуючи його, таким чином, для заохочення зацікавленості студентів в іноземній мові та для урізноманітнення технічних засобів.

Фактично, план проведення відеозанять у медійних класах складається за залишковим принципом. Аргументація такого підходу, як правило, така:

1) аудиторна робота під час перегляду фільму призупинена;

2) сприйняття візуального матеріалу є пасивною формою ознайомлення з лексико-граматичними аспектами іноземної мови;

3) цей вид навчання підходить більше для самостійної роботи студентів та факультативних занять.

Маючи в своєму багажі 15-річний досвід активної аудиторної роботи з аудіо-візуальними матеріалами, хотілося б зазначити:

1. Потенційні можливості впливу екранних мистецтв на свідомість юнацтва надзвичайно високі. Завдяки медіа-культурним творам закладається естетичне сприйняття та розвиток свідомості людини. Унікальна синтетична природа кінематографу сприяє становленню особистості. Таким чином, за умов правильного вибору медійного контенту та компетентності викладача, у процесі відео-занять відбувається гармонійне поєднання розвитку естетичного світогляду людини разом з закріпленням

фразеологічного матеріалу, набуттям мовленнєвих навичок студентів та перевіркою адекватності сприйняття змісту кінотвору.

2. Адекватні технології медіаосвіти орієнтують студентів на повноцінне самовизначення у світі культурних цінностей. Знайомство з видатними творами кіномистецтва закладає передумови для протистояння особистості морально-ідеологічній кризі суспільства.

3. Правильний тематичний вибір англомовних художніх фільмів при обов'язковій наявності змістовного словника та актуалізованих лексико-граматичних вправах дозволяє розглядати відеозаняття як повноцінний, високоефективний та сучасний прийом викладання іноземної мови в вузах України.

4. За умов кваліфікованого підбору тематики фільмів вони можуть бути використані для розширення професійних аспектів уведення до спеціальності студентів різних факультетів. Наприклад, деякі фільми – для філософів, інші – для юристів, психологів, релігієзнавців, політологів, соціологів тощо.

5. При перегляді фільмів можна поєднувати як пасивні, так і активні прийоми навчального процесу. При цьому, виходячи з реалій хронометражу більшості художніх фільмів, які тривають, як правило, біля 2-х годин, повноцінне опрацювання кінотвору бажано розбити на 2 тижні.

Як приклад, було б доречним розглянути варіант відеозаняття на базі першої частини класичного американського кінофільму, володаря двох Оскарів «Leave Her To Heaven» (1945). Важливе уточнення: на заняття студенти мають прийти підготовленими. Заздалегідь викладач надає старості групи роздатковий матеріал до фільму в електронному вигляді або фотокопії завдань. Вдома студенти виконують вправу **I. Synopsis to remember. Read and translate it,** таким чином знайомлячись з соціокультурними реаліями твору. Наступне завдання: **II.Vocabulary. Concentrate your attention on the following words and phraseological units while watching the movie and remember them.** Студенти продивляються незнайомі слова та вирази, маючи на меті користуватись перекладом під час аудиторного перегляду фільму.

- NB! – Склад вокабуляру може бути з 2-х частин, як, наприклад, до фільму **Clue (1985)**. Перша частина **– Essential Vocabulary –** загальний, обов'язковий для опрацювання всієї групи. Друга частина – **Additional Vocabulary** – додатковий (опціональний), для студентів із середнім рівнем володіння англійською мовою.

Далі студенти виконують **III. Suggest English equivalents for**. та **IV. Give Ukrainian equivalents of the following words and word combinations**. Вправи містять однакову кількість однакових слів та словосполучень (по 90), але перемішаних за нумерацією. Фактично, до українських слів з вправи № III треба вибрати їх англомовні еквіваленти з вправи № IV.

В аудиторії, після перевірки виконання згаданих вправ, студенти читають та перекладають репліки персонажів фільму з вправи **VI. Who says these things** (орієнтовно перші 15 речень). Це єдине завдання, яке вони виконують під час перегляду фільму. Не можна вважати доцільним задавати студентам виконання ще однієї вправи під час фільму (була така практика) тому, що їх увага розсіюється, а це хибно впливає на естетику сприйняття художнього твору.

На наступне заняття задається тільки одна вправа **VIII. Match up the pairs of synonyms correspondingly.**

Після закінчення перегляду всього фільму (зазвичай, це 3-е заняття) студентам пропонується виконати вправи **V. Find a grammar or a lexical mistake, if any or choose the right variant., VII. Choose the correct answer or variant., IX. Answer the following questions**. Вправу № IX студенти обробляють у формі дискусії, під час якої вони дають моральну оцінку вчинку **Ellen Berent** та дають аргументації своїх уподобань персонажів фільму.

- NB! – Неодмінна умова роботи з фільмом – це наявність оригінальних англомовних субтитрів. Без них коефіцієнт корисної дії відеозаняття значно знижується. Інколи, навіть доцільно включення (при їх наявності!) сурдо-субтитрів SDH (Subtitles for the Deaf and Hard of Hearing), особливо, коли відсутні навушники.

На останньому занятті студенти презентують (на оцінку) тему **The movie I've recently seen** (назва може випливати з тематики твору) у формі монологу або діалогу.

Універсальна спрямованість та різноманітність тематики фільму робить його корисним (професійно-орієнтованим) для багатьох напрямів навчання у вишах.

Перерахуємо деякі з них:

- Філософи: моральний вибір – чи має особистість право вбивати когось (себе) заради кохання;

- Юристи: судовий прецедент – справа про вбивство перетворюється на справу про самогубство з метою звинувачення невинної людини;

- Психологи: егоцентризм та нервовий розлад веде до психічної неадекватності надлюдини, яка бачить у своїй загибелі перемогу над обставинами.

- Історики: соціокультурний аспект взаємовідносин між людьми 40-х рр. XX ст.

Отже, ми приходимо до висновку про необхідність більш активного та систематичного залучення візуальних відеозасобів до практики викладання іноземних мов на неспеціальних факультетах. Використання фільмів у навчальній роботі зі студентами сприятиме більш ефективному вивченню англійської мови. Курс України на інтеграцію до світової спільноти визначає стратегічний напрям мовної політики держави через концепцію навчання іноземним мовам.

ЛІТЕРАТУРА

1. Лялько С. В. "Viewer's Guide # 3" – Навчально-методичний посібник до 13 англомовних художніх фільмів для студентів гуманітарних факультетів, 2015. – с.1-446 (рукопис).
2. Konotop O. Stages of Teaching English Oral Interaction with Authentic Feature Videofilms: conference papers [Discovery Learning: Content-Based Learning for EFL / ESP Teacher], (Kharkiv, April 23-25, 2009) / Olena Konotop / / Ministry of Education and Science of Ukraine, Kharkiv National Academy of Municipal Economy. — Kharkiv: Kharkiv National Academy of Municipal Economy, 2009. — P. 71 — 72.
3. Казачінер О. С. Використання відеокурсів на уроках англійської мови: методичний матеріал // Англійська мова та література. – Харків: Основа, 2007. – №2. – С. 2-18.
4. Методика викладання іноземних мов у середніх навчальних закладах у структурно-логічних схемах і таблицях: Посібник для студентів вищих навчальних закладів / Укл. С. Ю. Ніколаєва, С. В. Гапонова та ін.; Ред. К. І. Онищенко. – К.: Ленвіт, 2004. – 208 с.

Стаття надійшла до редакції 21.05.2015 р.

Лялько С.В., старший преподаватель,
Институт филології КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТЕМАТИЧЕСКИХ ВИЗУАЛЬНЫХ СРЕДСТВ В ПРОЦЕССЕ ПРЕПОДАВАНИЯ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

Статья рассматривает некоторые аспекты использования визуальных средств в процессе преподавания английского языка. Уделено внимание проблеме недооценки использования видеосредств в воспитательном и учебном процессе в высшей школе. Автор статьи предлагает собственные методы работы с аудиторией во время обработки видеоматериала. Обоснована возможность использования тематических художественных фильмов в зависимости от специальности студентов.

Ключевые слова*: аудиовизуальные средства, использования видеосредств, виды аудиторной работы, тематическая классификация фильмов, видеозанятие, медийный класс, искусство кино.*

Lyalko S.V., Senior lecturer,
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv.

THE USE OF CLASSIFIED VISUAL AIDS IN THE EDUCATIONAL AND TRAINING PROCESS OF ENGLISH IN HIGH SCHOOL

This article considers some aspects of visual aids in teaching English. Attention is paid to the problem of underestimation of the use of video tools for the educational and training process in high school. The author of the article actualized his own methods during the work at video material with the students. The possibility to use thematic films depending on the speciality of students is proved.

Keywords*: audio-visual aids, use of video tools, the types of classroom work, thematic classification of movies, video lessons, class media, art cinema.*

УДК 81’42

Малікова О.В., к.філол. н., доц.,
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

СТАТТЯ ЯК ЖАНР ХРИСТИЯНСЬКОГО ТЕОЛОГІЧНОГО ДИСКУРСУ: КОГНІТИВНО-ПРАГМАТИЧНІ ВИМІРИ

Стаття присвячена розгляду когнітивних і прагматичних особливостей теологічної статті як жанру популярного християнського теологічного дискурсу

Ключові слова: *теологічна стаття, повчально-виховна інтенція, аргументативно-пояснювальна стратегія*

“Блаженні, хто виконує заповіді Його, щоб мати право на древо життя і увійти брамами в місто” (Об. 22: 14).

Господь сокровенний у заповідях Своїх. Св. Марк Подвижник.

Заповіді Божі вище всіх скарбів світу. Хто здобув їх, той всередині себе знаходить Бога. прп. Ісаак Сирін. Слова, 57

Прагматизація сучасного мовознавства, її загальний рух до пошуку зв'язків між будовою мовленнєвих утворень і суб'єктами комунікації, їхніми інтенціями, когнітивними, психічними, соціальними, ментальними та іншими характеристиками зумовило зацікавлення сучасних дослідників проблемами мовленнєвих жанрів. Незважаючи на те, що проблематика мовленнєвих жанрів досліджується багатьма мовознавцями у різних аспектах: стилістичному, системнолінгвістичному, когнітивному, лінгвопсихологічному, герменевтичному, статус жанрознавства залишається недостатньо визначеним, що зумовлено, як зазначає Ф.С. Бацевич, певною невизначеністю категорії «жанр мовлення», а також тим, що природа мовленнєвих жанрів ще не повністю розкрита і вимагає вивчення [Бацевич 2005, с.9].

Актуальність дослідження визначається спрямованістю сучасного мовознавства на всебічне вивчення мовленнєвих жанрів в контексті сучасної когнітивно-дискурсивної парадигми. Це передбачає розгляд семантики, синтактики, прагматики, стилістики, риторики жанру в руслі тенденції до синтезу напрямків вивчення жанрів мовлення з урахуванням соціальної і діалогічної природи мовленнєвих жанрів, розумінням мовленнєвого жанру як ключової категорії діалогічної концепції культури і соціології мовлення.

Мета даного дослідження полягає у здійсненні лінгвістичного аналізу семантичних, синтаксичних, стилістичних, риторичних засобів реалізації дискурсивних стратегій, які використовуються у жанрі теологічна стаття. Досягнення цієї мети передбачає аналіз засобів реалізації дискурсивних стратегій і виявлення їх когнітивного та прагматичного навантаження.

Християнський теологічний дискурс – це мова теологічної літератури, яка в процесі мовленнєвої реалізації постає у вигляді теологічних творів. Як потужний інструмент Богопізнання, а також як інструмент здійснення психологічного впливу і досягнення прагматичного ефекту, теологічний дискурс залишається недостатньо вивченим у розмаїтті його різновидів і жанрових форм. Цим зумовлена ***новизна*** дослідження.

Сучасне дискурсознавство розвивається разом з теорією жанрів і стилів. Останнім часом під впливом ідей соціолінгвістики, нової риторики, когнітивної лінгвістики та лінгвопрагматики відбувається формування теоретичних засад вивчення жанрів, створення методології та окреслення меж того напряму жанрознавчих досліджень, який почали позначати як лінгвістична генологія.

Розвитку сучасної теорії мовленнєвих жанрів присвячено роботи таких науковців, як Н.Д. Арутюнова, І.Р. Гальперін, Р.А. Будагов, М.Н. Кожина, Ф.С. Бацевич, Т.В. Хмелєва, А. Вежбицька, В.Є. Гольдін, Г.І. Богін, А.Г. Баранов, К.Ф. Сєдов, Т.В. Шмел'ова, М.Ю. Федосюк, В.А. Салімовський, Е.І. Горошко, П.Є Кондратова, М. Войтак, В.В.Дементʼєв, К.А. Долінін, О.Б. Сиротиніна, Н.В. Солов'ова, В.К. Бхатіа, Ч. Базерман, Дж. Мартін, J. Swales, Y. Zhu та ін.

Спільною рисою сучасних жанрознавчих концепцій є визнання соціокомунікативної і функціональної зумовленості жанрів та її головної ролі у формуванні жанрових ознак.

Сучасне мовознавство пропонує декілька підходів до визначення поняття мовленнєвий жанр (надалі – МЖ). МЖ визначають як текст (М. Ю. Федосюк, Ст. Гайда, В.В. Демєнтʼєв, О.С. Іссрс); як засіб концептуалізації дійсності (С.Ю. Данілов,

Г.Г. Слишкін, В.А. Тиригіна); як частину комунікативної події (Є.І. Шейгал, І. Н. Борисова, В.Є. Гольдін, О.Н. Дубровська).

Для нашого дослідження релевантними є прагматичний, формальний і функціональний підходи. Формальний підхід (Б. В. Томашевский, Н. В. Носов і ін.) розглядає поняття жанр шляхом зіставлення з поняттям форми, оскільки саме форма, структура, композиційне оформлення є основними критеріями при визначенні жанру як явища літератури. Функціональний підхід (С. Ю. Баранов, Н. Л. Лейдерман, Л. В. Чернець і ін.) дозволяє розглядати жанр як перехідну ланку між літературою як глобальною естетичною єдністю й найбільш конкретним її проявом. Прагматичний напрям (М.М. Бахтін, Н.Д. Арутюнова, М.Ю. Федосюк, Т.В. Шмельова), започаткований М.М. Бахтіним, наголошує, що тематичний зміст, стиль, та композиційна побудова нерозривно пов'язані в цілому висловленні і однаково визначаються специфікою певної сфери спілкування. Актуальною є думка М.М. Бахтіна про те, що кожне окреме висловлювання індивідуальне, але кожна сфера використання мови виробляє свої відносно усталені типи таких висловлень, які й називаються мовленнєвими жанрами [Бахтин 1986, с.250]. Низка чинників, які визначає вчений (концепція адресата, зміна мовних суб'єктів, ілокутивна сила, комунікативна ситуація, відносна усталеність і нормативність мовленнєвих жанрів, вибір мовних засобів) набуває особливої актуальності в процесі аналізу мовленнєвих жанрів. Зазначені підходи доповнюють один одного, висвітлюючи різні аспекти явища, яке аналізується.

Як зауважує В.В. Демєнтьєв, жанр – це одиниця такого високого рівня, коли зникає межа між мовою і мовленням. Саме жанри приносять у мовлення і комунікацію системність, стандарт і семіотичний початок [Дементьев 1998, с.5]. Як феномен мовного системного і мовленнєвого рівня, МЖ можна розглядати як модель мовленнєвого спілкування і як продукт мовленнєвої дії, тобто текст, створений за жанровим каноном. Текст не існує поза межами жанру. Саме жанр є фактором породження і сприйняття тексту, який регламентує способи і форми організації текстової інформації, порядок її структурування, ступінь стандартизації і експресивності засобів вираження смислу.

У дослідженні ми послуговуємося визначенням МЖ, яке підкреслює його текстову природу. Жанр – це «культурно-історично оформлений, суспільно-конвенціалізований засіб мовної комунікації, зразок організації тексту, а також сукупність текстів, в яких певний зразок є актуалізованим [Гайда 1999, с.104]. МЖ – це мовленнєвий твір, який володіє стійкими змістовними і формальними ознаками, які повторюються [Барнет 1985, с. 81]. Тож, жанр – це форма тексту, яка заповнюється певним смислом в процесі актуалізації в мовленні.

Як жанр популярного християнського теологічного дискурсу теологічна стаття поєднує когнітивні і комунікативні дії богослова, які спрямовані на передачу важливих, з точки зору автора, знань для правильного формування християнського релігійного світогляду широких верств християнської дискурсивної спільноти. Комунікативно-прагматичними складовими теологічної статті є: адресат, адресант, інтенція богослова, комунікативні стратегії і засоби їх реалізації.

Теологічні статті публікуються на відповідних сайтах Інтернету, а також у спеціалізованих богословських виданнях (*Christianity Today, Orthodoxy Today, The Orthodox Word, Orthodox Christianity, The Orthodox Observer, The Word Magazine, The Christian*

light of life, Orthodox Christian witness, Orthodox America). Теологічна стаття є одним із найбільш популярних жанрів періодичних видань: Editorials, Book Reviews, Lives of the Saints, Articles, Essay, Scripture /Pastoral Commentary тощо.

Текст теологічної статті має свій «сюжет»– початок, вступну частину, "розвиток сюжету" – експозицію – різноманітні логічні ходи, тактичні кроки, переходи, повернення, відступи від головної теми, міркування автора, аргументацію, уточнення, конкретизацію, пояснення тощо. У заключній частині автор, як правило, підсумовує, надає поради, рекомендації, що має спонукати до роздумів і дій.

Теологічні статті відрізняються широтою тематики: христологічне тлумачення Святого Письма, церковних канонів, осмислення християнського світорозуміння, образу життя, питання літургічної практики, церковні свята, доленосні для життя церкви історичні події, християнське релігійне мистецтво, біографія видатних церковних діячів, екологічні проблеми тощо.

Теологічна стаття о. Некетаса С. Паласиса "*THE TEN COMMANDMENTS And The Difference Between Sin and Heresy*", яка була опублікована у журналі "*The Orthodox Christian Witness*" 2007, є жанром популярного теологічного дискурсу, оскільки написана простою розмовною мовою, позбавленою складних теологічних термінів, і призначена для масового читача. Стаття написана в контексті християнського догматичного богослов'я і присвячена наголошенню важливості слідування Євангельським заповідям, а також поясненню різниці між поняттями гріх і єресь, які є ключовими для християнського світогляду. Догматичне богослов'я формує системну інтерпретацію догматів віровчення. Однією з його дисциплін є хамартологія – вчення про гріх [Вітер 2009, с.191].

Структура статті відрізняється від стандартної, оскільки в ній відсутня вступна частина. Композиційно стаття побудована на контрастивному протиставленні, яке автор використовує і як риторичний прийом, і як комунікативну стратегію динамічного розгортання дискурсу: з одного боку – 10 Євангельських заповідей, які мають бути Законом життя істинного християнина; з іншого – «заповіді», які проголошені людиною, що знаходиться в єресі з метою виправдання свого власного образу думки і життя.

На початку автор проголошує, що християнин визнає важливість заповідей Божих: An Orthodox Christian would say the following: ***«These are the Ten Commandments:*** *1. I am the Lord thy God: thou shalt have no other gods before Me. 2. Thou shalt not make unto thee any graven image, nor the likeness of anything that is in heaven above, or that is in the earth beneath, or that is in the water under the earth: thou shalt not bow down thyself to them, nor serve them. 3. Thou shalt not take the name of the Lord thy God in vain. 4. Remember the Sabbath day, to keep it holy. Six days shalt thou labor, and do all thy work; but the seventh day is the Sabbath of the Lord thy God. 5. Honor thy father and thy mother, that thy days may be long upon the land which the Lord thy God giveth thee. 6. Thou shalt not kill. 7. Thou shalt not commit adultery. 8. Thou shalt not steal.9. Thou shalt not bear false witness against they neighbor. 10. Thou shalt not covet thy neighbor's wife; thou shalt not covet thy neighbor's house, nor his land; nor his man-servant, nor his maid-servant; nor his ox, nor his ass, nor any of his cattle; nor anything that is thy neighbor's.* Разом з тим християнин визнає свою гріховність і, як наслідок, неспроможність виконувати

заповіді: [And the Orthodox Christian continues] "*It's true. I am a sinner and* ***sometimes*** *I break the Commandments.* ***Sometimes*** *I've put other 'gods' [like money] in the primary spot in my heart.* ***Sometimes*** *I've spoken God's name in vain.* ***Sometimes*** *I haven't observed the Lord's Day,* ***and on occasion*** *I've disdained my parents,* ***and*** *killed people* [in my thoughts], ***and*** *committed adultery* [in my thoughts], ***and*** *stolen somebody else's stuff,* ***and*** *bore false witness,* ***and*** *coveted my friend's yacht.* ***But that's because I'm weak.*** *I'm really sorry about this,* ***and*** *I want to correct myself,* ***and*** *I've got to try harder to come up to the standard thatGod has set for me.»*

Когнітивна функція наведеного уривку полягає у повідомленні про те, що причиною порушення закону Божого у житті християнина є його гріховність. Прагматична функція полягає у наголошенні цього факту та спонуканні людини до визнання її гріховності, а також до пробудження бажання виправлення. Провідними інтенціями автора є повчальна, виховна, просвітницька. Стратегія аргументативного пояснення реалізується тактикою наведення аргументів і пояснень. За допомогою лексичного повтору (*Sometimes*), який входить до складу паралельних конструкцій автор робить логічні та емфатичні наголоси на когнітивно і прагматично важливій частині дискурсивного фрагменту, зокрема на тому, що порушення закону Божого у житті християнина відбувається лише час від часу. Взаємодія повтору паралельних конструкцій з полісиндетоном створює ефект градації, що підвищує експресивність наведеного фрагмента дискурсу і сприяє досягненню комунікативної мети автора – доведення до свідомості адресата причин порушення заповідей, а також спонукання його до дії. Паралельні конструкції у взаємодії з переліченням виконують прагматичну функцію нагадування гріхів проти заповідей Божих. Використання перефразування з метою пояснення (*to be altered – to fit and justify his own behaviour*) спрямовано на поліпшення розуміння. Розмовна лексика (*claptrap*) наближає виклад до розмовного стилю, що має полегшувати сприйняття. Інтенсифікатор (*really*) підвищує ілокутивну силу висловлювання. Розповідь від першої особи скорочує відстань між автором і читачем, що дає можливість читачеві впізнати самого себе та замислитися над своїм життям.

Використання зазначених стилістичних прийомів дозволяє авторові створити виразний і правдивий портрет християнина, який усвідомлює свою гріховність, але разом з тим, долаючи всі перешкоди, іде вперед, намагаючись виправитися. Віддзеркалення цього портрету знаходимо у Миколи Васильовича Гоголя, який пише у листі «Христианин идет вперед»: «…перед христианином сияет вечно даль, и видятся вечные подвиги. Он алчет жизненной битвы; ему есть с чем воевать и где подвизаться, потому что взгляд его на самого себя, беспрестанно просветляющийся, открывает ему новые недостатки в себе самом, с которыми нужно производить новые битвы. Оттого и все его силы возбуждаются беспрестанно; а желанье быть лучшим придает ему такие шпоры, каких не может дать наисильнейшему честолюбцу его ненасытимейшее честолюбие. Вот причина, почему христианин тогда идет вперед, когда другие назад… умнее» (Гоголь, с. 230).

Наведений уривок статті – сповідь-каяття – є гібридним мовленнєвим жанром складної структури. До його складу входять декілька мовленнєвих субжанрів: твердження, згода, визнання, зізнання, самодокір, виправдовування, вибачення, жаль,

каяття, обіцяння, сподівання. Мовленнєвий жанр сповідь-каяття характеризується концептуальною цілісністю, оскільки всі висловлення поєднані логіко-смисловим каузативним інверсивним зв'язком: наслідок-причина.

Людина-єретик зухвало проголошує свої власні так звані «дійсні заповіді», слідування яким ще більше віддаляє людину від Бога. Але саме ці «справжні закони життя», на думку людини, яка знаходиться в єресі, є дійсними. Людина-єретик зневажає заповіді Божиї і проголошує свої власні, які, на його думку, є «реальними»: *A man that is in heresy, on the other hand, might well say the following: "All that you've read in the previous paragraphs is claptrap. These are the real Ten Commandments"***:** *1. I am the Force; thou shalt have many other gods as well as Me. 2. Thou shalt make unto thee graven images, and the likeness of anything that is in heaven above, or in the earth beneath, or in the water under the earth: thou shalt bow down thyself to them, and serve them. 3. Thou shalt take the name of the God of Abraham, Isaac and Jacob in vain. 4. Forget the Sabbath day. Seven days shalt thou labor, and do all thy work. 5. Swindle thy father and thy mother, that thy ways may be strong in wrong-doing all the days of thy life. 6. Thou shalt kill. 7. Thou shalt commit adultery. 8. Thou shalt steal. 9. Thou shalt bear false witness against thy neighbor. 10. Thou shalt covet thy neighbor's wife; thou shalt covet thy neighbor's house, and his land; and his man-servant, and his maid-servant; and his ox, and his ass, and his cattle; grab anything that is thy neighbor's.»*

На основі наведеного порівняння автор висвітлює різницю між єретиком і християнином, який усвідомлює свою гріховність і нечесність перед Богом, докоряє себе за це, визнає, що він порушує закон Божий, але не змінює його: *Judging from historical records, the Orthodox Christian appears to be the one that is correct. Further, although he acknowledges that he breaks the Commandments on occasion, he nevertheless respects their validity and upholds the standard of behavior that they represent, and he also reproaches himself for breaking them. In other words,* ***he violates God's law sometime, but he doesn't presume to change it.*** Посилання на авторитетне джерело підвищує переконливість висловлювання.

Навпаки, людина-єретик замість Євангельского закону пропонує свій власний: *The man that is in heresy has given us a novel and hitherto unknown text of the Commandments. Further, the text of the Commandments that he gives us seem to be altered [to fit and justify his own behaviour?]. From all the evidence we have, in fact, it seems clear that* ***he has changed God's law****, so that it may appear that he is not violating it.* Риторичне питання, яке виражено складнопідрядним реченням, підкреслює думку автора про те, що метою наведених так званих «заповідей» є зухвале виправдання божевільного життя людини, яка знаходиться в єресі.

Автор статті також висвітлює різницю між гріхом і єрессю, ключовими поняттями християнського світогляду. Гріх є порушенням закону Божого. Єресь – є альтернативою, яка не лише суперечить Божим заповідям, але і повністю спростовує їх*: That's the difference between sin and heresy.* ***Sin is a violation of God's law, whereas heresy is an alteration of God's law****.*

Стаття виконує повчально-виховну функцію, оскільки її автор порушує одну з важливих проблем християнського життя. У простій, сприятливій для пересічної

людини формі, автор пояснює різницю між гріхом і єрессю, намагаючись запевнити читача в тім, що виконання заповідей є умовою перебування в любові Божої, єднання з Богом і спасінням души людини. Підтвердження цієї думки знаходимо у Святому Письмі: «Аще заповеди Моя соблюдете, сказал Господь, пребудете в любви Моей. Будите во Мне, и Аз в вас. Аще кто во Мне не пребудет, извержется вон» (Ин.15:10,4,6). Позитивну оцінку автор надає лише християнину, посилаючись на історичні джерела. Автор не надає негативної оцінки єретику, залишаючи читачеві простір для власних міркувань, оцінок і роздумів над такими важливими для християнина речами як бачення своєї гріховності, що веде до покаяння, усвідомлення своєї безпорадності, необхідності Божої допомоги, що веде до спасіння. Для християнина виконання Євангельских заповідей є дуже важливим, оскільки порушення навіть однієї такої заповіді призводить до втрати Царства Небесного: «Нарушающий одну такую заповедь, мний наречется в Царствии Небеснем» (Мф.5:19). Це є важливим ще і тому, що Господні заповіді перетворюють плотську людину на духовну. Нащадок вітхого Адама стає нащадком Нового Адама, сина Божого за благодаттю. Про велику важливість виконання Євангельских заповідей наголошували Святі Отці церкви: «Как невозможно без ног идти или без крыльев летать, так невозможно достигнуть Царствия Небесного без исполнения заповедей» (свт. Феофан Затворник. Пять поучений о пути ко спасению). «Заповеди Божии выше всех сокровищ мира. Кто стяжал их, тот внутри себя обретает Бога» (прп. Исаак Сирин. Слова, 57). Святі Отці Церкви також наголошували на важливій ролі зусиль, які людина має докладати для виконання заповідей Божих. Приміром, святитель Феофан Затворник вказує, що «заповеди не тяжелы, но много препятствий встречает исполнение их во внешних обстоятельствах трудящегося и особенно во внутренних его склонностях и навыках». Святий Апостол Іоанн Богослов також наголошує, що заповіді Божі не є важкими, а легкими. Але легкими вони стають лише від любові, а якщо немає любові, то все важко (1Ин.5,3) [8].

Отже, наведена теологічна стаття є вторинним (за М. Бахтіним) мовленнєвим жанром християнського теологічного дискурсу, оскільки до її складу входять численні первинні мовленнєві жанри: твердження, згода, визнання, зізнання, самодокір, виправдовування, вибачення, жаль, каяття, обіцяння, сподівання.

Вдале використання лексичних одиниць з протилежним семантичним значенням у взаємодії з лексичним кларіфікативним повтором, синтаксичним паралелізмом, полісиндетоном, переліченням, градацією, забезпечує ефективну реалізацію дискурсивної стратегії аргументативного пояснення, що підвищує прагматичний ефект переконання і спонукання до відповідних дій. Метакомунікативні одиниці виконують функції додавання інформації, наведення аргументів (*furthe*), підтвердження правдивості думки, яку розвиває автор (*from all the evidence we have, in fact*), введення посилання на авторитетне джерело, перефразування, узагальнення (*in other words, Judging from historical records*), забезпечуючи зв'язність і когерентність тексту статті.

Аналіз специфіки реалізації логіко-смислових зв'язків на здійснення мовленнєвого впливу (каузативних, контрадикторних, поступки) дозволяють стверджувати, що підрядні зв'язки забезпечують аргументативність дискурсу, а сполучникові – сугестивність.

Інтерпретаційний аналіз дозволив виявити когнітивну і прагматичну настанови наведеної статті. Когнітивна настанова полягає у передачі знання про різницю між поняттями «гріх» і «єресь». Цю різницю висвітлюють концептуальні метафори SIN IS VIOLATION OF GOD'S LAW і HERESY IS AN ALTERATION OF GOD'S LAW. Вони виражають поняттєву складову концептів SIN і HERESY (відповідно) і розкривають богословський смисл понять, що розглядаються у статті. Прагматична настанова спрямована на реалізацію інтенцій автора: наголошення на важливості виконання Євангельських заповідей, переконання у необхідності виконання заповідей із залученням посилань на авторитетні джерела, акцентування уваги читача на важливих проблемах християнського життя.

Проведений аналіз когнітивно-семантичних, синтаксичних, прагматичних, стилістичних, риторичних особливостей теологічної статті як жанру християнського теологічного дискурсу відповідає сучасним тенденціям вивчення жанрів мовлення з урахуванням їх соціальної, когнітивної і комунікативної природи.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Барнет В.М Проблемы изучения жанров устной научной / В.М. Барнет // Современная русская устная речь; ред. О.А. Лаптева. – Красноярск, 1985. С. 80-132.
2. Бацевич Ф.С. Лінгвістична генологія: проблеми і перспективи. ПАІС Львів 2005 – 262с. / Ф. С.Бацевич.
3. Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества / М.М. Бахтин; сост. Бочаров С.Г. – М.: Искусство, 1986. – 430с. / М.М.Бахтин.
4. Вітер Д.В. Релігія і культура. Словник. Навчальне видання. К.: ДАКККіМ – 2009. – 267с. / Д. В. Вітер
5. Гайда Ст. Жанры разговорных высказываний / Ст. Гайда; [пер. с польск. В.В. Дементьева] //Жанры речи.Вып. 2 ; отв. редактор В.Е. Гольдин Саратов, 1999. – С. 103-111.
6. Гоголь Н.В. «Христианин идет вперед» (письмо к Щ…ву) Т. 6 М. худ лит 1978 303с.
7. Дементьев В.В. Непрямая коммуникация и ее жанры/ В.В. Дементьев. – Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2000. – 248с.
8. Режим доступу:http://www.stjohndc.org/Russian/beatitudes/r_Beatit_00_Intro.htm
9. о. Некетас С. Паласис " *THE TEN COMMANDMENTS And The Difference Between Sin and Heresy*", Режим доступу: http://duhpage.sed.lg.ua/HolyFathers/zapovedi.htm FEBRUARY, 2007, Vol. XLI, No. 2 (1569) ORTHODOX CHRISTIAN WITNESS (USPS 412-260).

Стаття надійшла до редакції 14.10.2015 р.

Маликова О.В., к. філол.н., доц.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

СТАТЬЯ КАК ЖАНР ХРИСТИЯНСКОГО ТЕОЛОГИЧЕСКОГО ДИСКУРСА: КОГНІТИВНО-ПРАГМАТИЧЕСКИЕ ИЗМЕРЕНИЯ

В статье рассматриваются семантические, стилистические, синтаксические, способы реализации дискурсивных стратегий теологической статьи как одного из жанров популярного христианского теологического дискурса.

Ключевые слова: *теологическая статьтя, пояснительно-аргументативная стратегия*

Malikova O.V., Ph.D. (Philol.Sc.), Associate Professor
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

ARTICLE AS A GENRE OF CHRISTIAN THEOLOGICAL DISCOURSE: COGNITIVE AND PRAGMATIC DIMENTIONS

The article deals with the semantic, stylistic, syntactic means of expressing communicative strategies used in theological article as a genre of Christian theological discourse.

Keywords: *theological article, explanatory and argumentative strategy*

УДК 811.111’42

Мартинюк А.П., д. філол. н., проф.,
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, м. Харків

АРГУМЕНТАЦІЯ ТА СУГЕСТІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТАЛЬНІ СТРАТЕГІЇ ДИСКУРСУ

У статті запропоновано когнітивно-дискурсивний інструментарій аналізу способів мовленнєвого впливу в англомовному дискурсі. Раціональна аргументація, емоційна аргументація та сугестія визначені в термінах інструментальних стратегій дискурсу. Описані когнітивні операції, що лежать у підґрунті цих інструментальних стратегій. Встановлені типові засоби їх лінгвального втілення.

Ключові слова: *дискурс, інструментальна стратегія, раціональна аргументація, емоційна аргументація, сугестія.*

Проблеми виявлення лінгвальних «механізмів» мовленнєвого впливу, що регулюють як комунікативну, так і соціальну поведінку людини, протягом тривалого часу приваблюють лінгвістів. Проте, все ще не описані когнітивні операції, що лежать у підґрунті таких базових типів мовленнєвого впливу, як аргументація та сугестія й не розмежовані засоби їх мовного/мовленнєвого втілення.

Мета цієї роботи полягає у тому, щоб запропонувати шляхи вирішення цієї проблеми на основі понятєвого апарату й методичного інструментарію когнітивно-дискурсивної парадигми.

Переважна більшість дослідників серед способів мовленнєвого впливу виділяють раціональну аргументацію, емоційну аргументацію і сугестію.

Аргументацію визначають як соціальну інтелектуальну вербальну діяльність, що сприяє обґрунтуванню або спростуванню точки зору, представленої системою тверджень, спрямованих на досягнення схвалення певної аудиторії [2, с. 5, 11; 16, с. 11].

Розмежовуючи **раціональну** та **емоційну аргументацію**, акцентують, що якщо «аргументація, в цілому, співвідносна з концептом ПЕРЕКОНУВАННЯ, то раціональна аргументація – з концептом ДОВЕДЕННЯ» [13, с. 65; 7, с. 160], а «емоційна аргументація – з концептом ЕМОЦІЙНЕ ЗАРАЖЕННЯ» [7, с. 160], тобто «збудження

емоції або пристрасті, на базі якої проходить переконування» [9, с. 353]. Якщо доведення апелює до раціонального мислення і спирається на факти, то переконування – до емоцій [13, с. 65]. Довести щось можна лише за допомогою істинних аргументів, а переконати можна й за допомогою фальшивих. Переконування переважно спирається на стилістичні засоби, які, надаючи аргументам емоційного забарвлення, сприяють впливу на емоційно-психологічну сферу свідомості адресата [9, с. 361; 1, с. 23; 7, с. 161]. У риториці такий вид впливу називають пафосним й відносять до нього все те, що змушує людей змінювати свої рішення на основі того чи іншого відчуття – задоволення або незадоволення, гніву, страждання, страху тощо [12, с. 194].

Уважаємо, що переконування здійснюється не тільки за допомогою раціональної та емоційної аргументації, а й **сугестії**, співвідносної з концептом НАВІЮВАННЯ [7, с. 161]. Сугестія розглядається як «процес впливу на психічну сферу позасвідомого, пов'язаний зі зниженням критичності під час сприйняття навіюваного змісту за відсутності цілеспрямованого активного його розуміння, розгорнутого логічного аналізу й оцінки у співвіднесенні з минулим досвідом і нинішнім станом, суб'єкта» [10].

Останнім часом представниками Харківської лінгвістичної школи зроблені кроки в обґрунтуванні лінгвального статусу способів мовленнєвого впливу в термінах **інструментальних стратегій**, що корелюють з глобальною **інтенціональною стратегією** певного типу дискурсу як лінгвальні способи реалізації позалінгвальної мети мисленнєво-мовленнєвої діяльності суб'єктів цього дискурсу [5; 6; 11].

Найбільш очевидно така кореляція проявляється в інституціональних типах дискурсу. Так, у політичному дискурсі способи мовленнєвого впливу спрямовані на реалізацію глобальної мети – боротьби за владу шляхом конструювання позитивного іміджу власної політичної сили і руйнації іміджу політичного опонента задля впливу на електорат, в рекламному дискурсі – конструювання позитивного іміджу рекламованого товару задля впливу на потенційного покупця.

Дискурсивну стратегію розуміємо за І. Є. Фроловою як «комунікативний намір мовця, сформований на підставі використання суспільного досвіду для власних індивідуальних потреб і бажань, і мовну об'єктивацію цього наміру, що надає йому інтерактивного статусу через осмислення вербалізованого наміру всіма суб'єктами» [14, с. 85]. «Ментальним корелятом дискурсивної стратегії є концептуалізоване знання, актуальне для реалізації комунікативного наміру. Вербальним корелятом дискурсивної стратегії виступає весь матеріальний план дискурсу» [там само, с. 85–92].

Для розбудови поняття ментального корелята визначення дискурсивної стратегії І.Є. Фролової поміщаємо в контекст базових постулатів когнітивної лінгвістики, зокрема, теорії мовного значення як продукту концептуалізації.

Концептуалізація тлумачиться як процес інференційної природи, в якому мовні форми виконують роль «тригерів» цілого ряду когнітивних операцій із залученням широкого енциклопедичного знання інтерпретатора; продуктом цих операцій є наділення мовної форми смислом «он-лайн» з урахуванням усіх параметрів ситуативного контексту дискурсу [17; 18; 19; 20]. Отримане інференційне знання відображає весь попередній досвід конструювання смислу певного мовного виразу в різноманітних

ситуаціях дискурсивної взаємодії й модифікується тут і зараз під впливом нового досвіду, отриманого безпосередньо в контексті дискурсивної взаємодії [15, с. 101].

Термін «**контекст**» охоплює усі можливі лінгвальні й екстралінгвальні чинники, які потенційно можуть вплинути на формування інференцій інтерпретатора.

З метою систематизації параметрів ситуативного контексту дискурсу поділяємо його на перцептивний та психічний.

Перцептивний контекст являє собою усю *лінгвальну* й *екстралінгвальну* інформацію, що поступає через сенсорні канали суб'єкта концептуалізації.

Лінгвальний перцептивний контекст включає: а) звукову чи графічну форму мовного виразу, що активує у свідомості інтерпретатора конвенційний концептуальний зміст (лексичний концепт); б) речення-висловлення, в рамках якого вжито цей мовний вираз; в) весь попередній текст, а в деяких випадках й інтертекст, що орієнтує інтерпретатора на ту чи іншу інференцію.

Екстралінгвальний перцептивний контекст надає інформацію про просторово-часові параметри ситуації дискурсивної взаємодії, кількість учасників, їх фізичний і психічний стан, їх невербальну поведінку, а також включає музичний супровід, супроводжувальну символіку тощо в безпосередньому усному спілкуванні та графіку, фотографії, малюнки тощо, що супроводжують письмовий текст.

Важливо підкреслити, що *параметри перцептивнного контексту можуть впливати на інференційні процеси, лише стаючи частиною психічного контексту дискурсу, тобто досвіду, набутого як в процесі соціалізації*, *так і безпосередньо в момент дискурсивної взаємодії.*

Психічний контекст включає не лише когнітивний досвід (знання), але й емоційні переживання і оцінки. Весь цей досвід формується за законами психічної діяльності людини під контролем норм і оцінок соціуму, й ширше – лінгвокультури [4, с. 434].

Енциклопедичне знання (когнітивний досвід) за предметною цариною поділяємо на *отнологічне / лінгво-онтологічне* («знання ЩО») й *етологічне / лінгво-етологічне* («знання ЯК»).

Онтологічне знання включає інформацію про: (а) сутності реального / фантазійного світу, до яких відсилає мовний вираз, їх якості й відношення між ними, тобто інформацію про референтну ситуацію, а також про (б) учасників й інші параметри комунікативної ситуації.

Лінгво-онтологічне знання надає інформацію про фонетичні / графічні, лексичні й граматичні характеристики одиниць мови, необхідні для втілення цієї референтної ситуації в дискурсі.

Етологічне знання охоплює стереотипні моделі соціальної поведінки, співвідносні з соціокультурними уявленнями про етологічні (етичні/утилітарні) норми.

Лінгво-етологічне знання акумулює інформацію про стереотипи комунікативної поведінки в різних ситуаціях дискурсивної взаємодії, включно з функціонально-стилістичними й жанровими вимогами до продукування мовлення.

Уважаємо, що «ментальний корелят» дискурсивної стратегії є складною стохастичною когнітивною структурою, яка гештальтно поєднує різні значення параметрів

перцептивного й психічного контекстів дискурсу. Конфігурації ж цих параметрів визначаються як глобальною метою суб'єкта дискурсу, його локальною інтенцією, так і й безпосередньо ситуативним контекстом.

Що стосується способів лінгвального втілення інструментальних стратегій раціональної аргументації, емоційної аргументації й сугестії, в лінгвістичній літературі спостерігається певна невизначеність щодо того, які саме мовні структури «спеціалізуються» у втіленні кожної з цих стратегій.

Для успішного здійснення аргументації потрібно, щоб інформація, виведена інтерпретатором з лінгвального й екстралінгвального перцептивного контексту, зводилася до інференції, яку схемно можна було б представити у вигляді пропозицій, поєднаних *каузальним зв'язком*, де одна дія або явище стає мотивом іншої дії або виникнення іншого явища.

Аргументативні стратегії спрямовані на привертання *уваги* інтерпретатора до певного об'єкта (політика / його дій або рекламованого товару тощо) й формування *бажання* здійснити стосовно цього об'єкта певні соціальні дії (проголосувати за політика / купити рекламований товар).

Формування бажання з необхідністю передбачає здійснення *когнітивної операції оцінювання*: об'єкт, який вводиться у фокус уваги інтерпретатора, кваліфікується ним як такий, що викликає / не викликає бажання за нього проголосувати / його придбати.

При раціональній та емоційній аргументації операція оцінювання здійснюється з опорою на різні *психічні субстрати*, тобто базисні оцінні сфери, що конституюють ціннісну структуру свідомості (за М.В. Нікітіним [8, с. 74-78]).

Психічним субстратом загальної раціональної оцінки (*гарний/ поганий*) є *стан бажання* (за М. В. Нікітіним [там само, с. 77]): референти класифікуються як добрі чи погані, якщо вони відповідають уявленням суб'єкта оцінки (він же – реципієнт/ інтерпретатор) про бажане або небажане.

Мовні засоби, що володіють потенціалом доведення на основі раціонального оцінювання об'єкта, називаємо *раціональними аргументемами*.

Як правило, раціональні аргументеми орієнтовані на врахування тих чи інших мотивів реципієнтів. Реалізовані аргументемами мотиви співвідносяться з відповідним типом раціональної оцінки: утилітарні – з утилітарною (психічний субстрат – *уявлення про потреби та умови власного благополуччя* (за М. В. Нікітіним [там само, с. 78]): об'єкти оцінюються як *корисні* або *некорисні*, якщо їх властивості сприяють або не сприяють благополучному існуванню суб'єкта оцінки); телеологічні – з телеологічною, етичні – з етичною й естетичні – з естетичною. Телеологічна, етична та естетична оцінки належать до сфери «належного» (*такий як має бути/не такий як має бути*). Психічним субстратом телеологічної оцінки є *уявлення про відповідність цілі* (за М. В. Нікітіним [там само, с. 78] – здатність/нездатність до досягнення цілі, соціальної реалізації – (*вдалий/невдалий*), естетичної оцінки – *уявлення про відповідність ідеалу краси* (*гарний/негарний*), а етичної оцінки – *відповідність моральноетичним нормам* (*моральний/аморальний*).

Раціональна аргументема актуалізує у свідомості інтерпретатора сферу раціональної оцінки, провокуючи інференцію, яка зводиться до таких каузально пов'язаних

пропозицій: *За цього політика варто проголосувати, оскільки він / його дії є корисними / вдалими / моральними тощо // Це треба / не погано б / можна / можна було б придбати, оскільки воно є корисним (економним / ефективним / відмінної якості тощо) /вдалим / гарним / моральним)*.

Мовні засоби, що володіють потенціалом переконування на основі емоційного зараження реципієнта, називаємо *емоційними аргументемами* або *емотемами.*

Емоційна аргументація базується на пресупозиції, що реципієнт підсвідомо прагне позитивного афективного стану, який би вивільнив його/її з кола буденних проблем, дозволив на якийсь час позбутися тягаря реальних зобов'язань і стресів, якими наповнене сучасне життя і врахування яких не можна уникнути при раціональному прийнятті рішень. Психічним субстратом емотеми є «чиста емоція». Так, у свідомості реципієнта реклами емотема актуалізує інференцію типу *Це треба/не погано б/ можна/можна було б придбати, оскільки це – чудово/прекрасно/неймовірно.*

Прототиповим лінгвальним засобом аргументації є складнопідрядні речення причини, наслідку, умови, а також допусту, для яких є характерним експліцитний каузальний зв'язок.

Проте, в реальному дискурсі інформація, необхідна для побудови каузально пов'язаних пропозицій, далеко не завжди міститься у складнопідрядному реченні. У більшості випадків каузальний зв'язок, що лягає у підґрунтя бажаної інференції, виводиться із фрагменту дискурсу, представленого реченнями різної синтаксичної будови. Однак цей фрагмент обов'язково (експліцитно чи імпліцитно) відсилає до референта (товару чи політика), якому у випадку раціональної аргументації *приписуються певні бажані з точки зору реципієнта якості*, а у випадку емоційної аргументації референт (його/її якості, дії) *штучно пов'язується із приємними афективними станами*.

Раціональні аргументеми актуалізують у свідомості реципієнта концепти-регулятиви, наділені конкретно оцінним аксіологічним потенціалом, як то КОРИСНИЙ/ ЕФЕКТИВНИЙ/ УНІКАЛЬНИЙ тощо. Ці концепти можуть актуалізуватися в експліцитний спосіб (відповідними номінативними засобами-іменами концептів або їх синонімами) або в імпліцитний спосіб (надана інформація спонукає до відповідної інференції). Наприклад, в рекламі крему для догляду за шкірою обличчя жінок (тут і далі аргументеми позначаються жирним шрифтом): *HYDRA ZEN The* ***first*** *skin* ***de-stressing*** *moisturizer.* ***Combines breakthrough Acticalm technology with powerful hydrating agents. Result: Signs of stress and fatigue disappear. Comfort and softness are restored. Skin's youthful look is renewed.*** *Believe in beauty* (Cosmopolitan 2004) концепт ЕФЕКТИВНІСТЬ актуалізується як експліцитними аргументемами-прикметниками, що кваліфікують рекламований товар (*de-stressing, powerful*), так і імпліцитними аргументемами, вираженими цілими реченнями (*Signs of stress and fatigue disappear. Comfort and softness are restored. Skin's youthful look is renewed breakthrough*).

Різниця між експліцитними та імпліцитними аргументемами умовна: у будь-якому випадку смисл виводиться на основі інференцій, просто інтерпретація імпліцитних аргументем потребує більших когнітивних «зусиль», як наприклад у наведеній нижче рекламі тіней фірми Chanel: *To define* ***Nicole Kidman****'s eyes for the Bewitched première, make-up artist Ashley Ward used Coromandels Powder Eyeshadow, £29, by*

***Chanel**: "I lined eyes with the black, applied the gold to the lid and blended the rust into the sockets"* (Cosmopolitan 2005). З точки зору продуцентів цієї реклами, аргументом для купівлі рекламованого товару є те, що ним користувалася Ніколь Кідман: ця актриса є іконою стилю для пересічного представника англомовного соціуму й будь-який, асоційований з нею, об'єкт реклами залучається у клас престижних. Іншим аргументом є ім'я візажиста, що також асоціюється з престижем для певної частини соціуму, й, нарешті, не менш вагомим аргументом слугує назва всесвітньо відомого бренду – Chanel, який не потребує якісної оцінки. Відтак концепт ПРЕСТИЖНІСТЬ тут актуалізується імпліцитним способом.

Окрім того, аргументація може втілюватися й ***візуальними аргументемами***. Найбільш частотні візуальні аргументеми є зображенням відомої людини. Психологи вважають, що ілюстрації з людьми привертають увагу приблизно на 23% більше, ніж зображення неживих предметів [3, с. 120]. Візуальні аргументеми також є здатними актуалізувати концепти-регулятиви. Наприклад, у наступному рекламному фрагменті, який містить лише назву рекламованого об'єкта та назву бренду-виробника, функцію аргументеми виконує не лише власне назва всесвітньо відомого бренду Dior, а й зображення відомої актриси Шарліз Терон, яке супроводжує текст: *"J'adore"* ***Dior*** (Vouge 2005). Обидві аргументеми (вербальна і візуальна) актуалізують у свідомості реципієнта концепт-регулятив ПРЕСТИЖНІСТЬ. Підставою для інференції стосовно купівлі рекламованого товару слугує позитивна телеологічна оцінка.

Емотеми переважно виражаються «семантично пустими» емотивно-оцінними атрибутами типу *perfect, ideal, classic, feminine, chic, glamorous* або стилістичними (стилістично-семасіологічними) прийомами – тропами, які реалізуються як лексичними (образними словами або ідіомами), так і синтаксичними одиницями, якщо троп має розгорнутий вигляд і втілюється словосполученням, реченням або більшим фрагментом. Наприклад, реклама губної помади: *New LE ROUGE ABSOLU. My lips are in* ***perfect*** *shape:* ***quenched with colour***, ***lavished with care***. *I choose my* ***ideal*** *colour from 33 shades:* ***classic*** *neutrals,* ***feminine*** *pinks,* ***chic*** *browns,* ***glamorous*** *reds…* (Vouge 2005) містить емоційно оцінні прикметники-атрибути *perfect, ideal, classic, feminine, chic, glamorous*, які мають досить «розмите» денотативне значення (важко сказати, який саме рожевий колір слід вважати «жіночним» або які саме нейтральні кольори є «класичними» і як виглядає «вишуканий» коричневий), викликаючи лише «чисті» позитивні емоції; а також метафоризовані словосполучення *quenched with colour* – вгамовані кольором (*to quench* – загасити спрагу, вогонь) та *lavished with care* – розбещені піклуванням (*to lavish* – щедро роздавати, сипати), які збуджують уяву реципієнта описом приємних відчуттів, які надасть рекламована помада. Названі емотеми актуалізують у свідомості реципієнта позитивні емоції, штучно пов'язані з рекламованим товаром й у такий спосіб налаштовують на його придбання.

Мовні засоби, що володіють потенціалом навіювання на основі «відключення» раціонального мислення, називаємо *сугестемами*.

На відміну від аргументем й емотем, **сугестеми** не можуть бути джерелом інференції, оскільки діють на межі свідомого й несвідомого. На мовному рівні сугестема корелює з оформленням висловлювання, а не з його змістом і втілюється не в

конкретних мовних виразах, а у структурних патернах аранжування різнорівневих одиниць мови. Найбільш розповсюдженими серед таких способів аранжування є повтор, паралельні конструкції та протиставлення.

Оскільки сугестема корелює зі структурним аранжуванням мовлення (патерном), вона, як правило, співіснує з аргументемою або/та емотемою, які наповнюють цей структурний патерн змістом. Наприклад: ***Replique will not turn you into a sultry sex siren***. ***It will not transform you into a simple, unsullied ingénue***. ***Replique*** *is for* ***women who are interesting*** *to begin with.* ***Replique*** (The Sunday Times 2005). У цьому рекламному тексті раціональна аргументема виражена імпліцитно й спирається на утилітарну оцінку. Рекламований об'єкт описується як такий, що призначений для жінок, які пробуджують інтерес. Оскільки кожна жінка хотіла б бути саме такою, рекламований об'єкт потрапляє у клас корисних. Відповідно, ця імпліцитна аргументема актуалізує у свідомості реципієнта концепт-регулятив КОРИСНІСТЬ, наділений позитивною утилітарною оцінкою, яка і спонукає реципієнта до придбання рекламованого об'єкта. Емотеми виражені негативно забарвленими метафорами, які беруть участь у сугестивному протиставленні, уподібнюючи жінку, яка не є потенційним покупцем рекламованого об'єкту, таким гіперболізованим і тому небажаним стереотипним образам, як *sultry sex siren* (непристойна сексуальна сирена) та *simple, unsullied ingénue* (недолуга недоторка). Ці образи активують негативні емоції, яких можна позбутися, придбавши рекламований товар. Окрім метафор, емотеми також репрезентовані семасіологічним протиставленням негативних жіночих образів позитивному (*sultry sex siren – a simple, unsullied ingénue – women who are interesting*). Сугестивний повтор (*Replique… Replique… Replique*), протиставлення (*sultry sex siren – a simple, unsullied ingénue – women who are interesting*) та паралелізм конструкцій (*will not transform you into… will not turn you into*) автоматизує сприйняття, присипляє раціональне мислення й здатність до раціонального оцінювання.

Запропонований інструментарій аналізу дозволяє пояснити, які когнітивні операції лежать в основі аргументації й сугестії, й визначитися із засобами лінгвального втілення цих стратегій мовленнєвого впливу.

Перспективи роботи вбачаємо у застосуванні запровадженого поняттєвого апарату для дослідження дискурсів аргументативно-сугестивного типу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Безменова Н. А. Риторическая модель речевой деятельности / Н. А. Безменова // Речевое воздействие в сфере массовой коммуникации. – М. : Наука, 1990. – С. 15–27.
2. Белова А.Д. Лингвистические аспекты аргументации / А. Д. Белова. – К. : Изд-во СП «Компьютер Норд», 1997. – 300 с.
3. Богомолова Н. Н. Социальная психология печати, радио и телевидения / Богомолова Н. Н. – М. : МГУ, 1991. – 124 с.
4. Залевская А. А. Психолингвистические исследования. Слово. Текст : [избранные труды] / А. А. Залевская. – М. : Гнозис, 2005. – 543 с.
5. Ільченко М. Л. Гендерна специфіка стратегій комунікативного домінування в американських передвиборчих теледебатах : автореф. дис. на здобуття наукового ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови» / М. Л. Ільченко. – Х., 2010. – 20 с.

6. Малишенко А. О. Гендерні особливості англомовного рекламного дискурсу друкованих засобів масової інформації : автореф. дис. на здобуття наукового ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови» / А. О. Малишенко. – Х., 2010. – 20 с.
7. Мартинюк А. П. Дискурсивний інструментарій аналізу англомовної реклами / А. П. Мартинюк // Лінгвістика XXI століття: нові дослідження і перспективи. – 2009. – Вип. 3. – С. 159–167.
8. Никитин М. В. Основания когнитивной семантики : [учебное пособие для высш. учеб. заведений] / Михаил Васильевич Никитин. – СПб. : Изд-во РГПУ, 2003. – 277 с.
9. Олянич А. В. Презентационная теория дискурса : [монографія] / А. В. Олянич. – М. : Гнозис, 2007. – 407 с.
10. Психологический словарь [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://psychology.net.ru/dictionaries/psy.html?word.
11. Сідак О. О. Роль комічного ефекту в реалізації конфронтаційної стратегії англомовної політичної образи: дис. … канд. філол. наук : 10.02.04 / О. О. Сідак. – Харків, 2013. – 204 с.
12. Соболева А. К. Риторическая подготовка студентов-юристов, или Юридическая риторика как учебный предмет / А. К. Соболева // Предмет риторики и проблемы ее преподавания : Первая Всероссийская конференция по рекламе, 1998 г. : тезисы докл. – М. : Добросвет, 1998. – С. 194–206.
13. Стернин И. А. Практическая риторика : [учеб. пособие для вузов] / И. А. Стернин. – М. : Академия, 2003. – 272 с.
14. Фролова І. Є. Стратегія конфронтації в англомовному дискурсі : [монографія] / І. Є. Фролова. – Харків : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2009. – 344 с.
15. Croft W. Cognitive linguistics / W. Croft, D. A. Cruse. – Cambridge : Cambridge University Press, 2004. – 356 p.
16. Eemeren F. H. van. Speech acts in argumentative discussions: A theoretical model for the analysis of discussions directed towards solving conflicts of opinion / F. H. van Eemeren, R. Grootendorst. – Dordrecht : Floris Publications, 1984. – 221 p.
17. Fauconnier G. Conceptual projection and middle spaces [Electronic resource] / G. Fauconnier, M. Turner // Technical report 9401, Department of cognitive science. – San Diego : Un–ty of California, 1994. – Access : http://www.cogsci.ucsd.edu/ research/files/technical/9401.pdf.
18. Lakoff G. Foreword / G. Lakoff, E. Sweetser // G. Fauconnier. Mental Spaces. – Cambridge : Cambridge University Press, 1994. – P. ix – xvi.
19. Langacker R. W. Foundations of cognitive grammar / R. W. Langacker. – Stanford : SUP, 1987. – Vol. 1. Theoretical prerequisites. – 516 p.
20. Moore T. Understanding language: towards a post-Chomskyan linguistics / T. Moore, C. Carling. – London : Macmillan, 1982. – 225 p.

Стаття надійшла до редакції 14.10.2015 р.

Мартынюк А. П., д. філол. н., проф.,
Харьковский национальный университет им. В.Н. Каразина, г. Харьков

АРГУМЕНТАЦИЯ И СУГГЕСТИЯ КАК ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫЕ СТРАТЕГИИ ДИСКУРСА

В статье предложен когнитивно-дискурсивный инструментарий анализа способов речевого влияния в англоязычном дискурсе. Рациональная аргументация, эмоциональная аргументация

и суггестия определены в терминах инструментальных стратегий дискурса. Описаны когнитивные операции, лежащие в основе этих инструментальных стратегий. Установлены типичные способы их лингвального воплощения.

***Ключевые слова**: дискурс, инструментальная стратегия, рациональная аргументация, эмоциональная аргументация, суггестия.*

Martynyuk A. P., Doctor of Philol.Sci., Professor,
V.N. Karazin Kharkiv National University, Kharkiv

ARGUMENTATION AND SUGGESTION AS INSTRUMENTAL STRATEGIES OF DISCOURSE

The article focuses on cognitive-discursive instruments of analyzing the ways of verbal influence in English discourse. It defines rational argumentation, emotional argumentation and suggestion in terms of instrumental strategies of discourse and reveals cognitive operations underpinning these strategies. It also identifies linguistic units which typically implement these instrumental strategies.

***Keywords:** discourse, instrumental strategy, rational argumentation, emotional argumentation, suggestion.*

УДК 81’25: 811.111

Мельник А.П., к. філол.н., асист.,
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ПЕРЕКЛАДАЧ ЯК ПОСЕРЕДНИК МІЖ ДВОМА ЛІНГВОКУЛЬТУРАМИ: МІЖКУЛЬТУРНА КОМПЕТЕНЦІЯ В КІНЕМАТОГРАФІЇ

Статтю присвячено визначенню ролі міжкультурної компетенції при перекладі загалом та відтворенні іншомовного кіно для нової цільової аудиторії зокрема. З огляду на наявність міжкультурної асиметрії авторка називає можливості відтворення культурної специфіки фільму-оригіналу в цільовій лінгвокультурі.

***Ключові слова:** кіноперекладознавство, культурний аспект перекладу, культурна специфіка, міжкультурна асиметрія, міжкультурне посередництво.*

Розвиток передових технологій і стирання кордонів між державами посприяли тому, що перекладені для кіно та телебачення фільми досягають сьогодні більшої за розміром цільової аудиторії, ніж будь-який інший вид перекладу.

Метою даної розвідки є визначення ролі перекладача при відтворенні іншомовного кінотексту, для чого необхідно виконати наступні **завдання**: 1) з’ясувати важливість міжкультурної компетенції у перекладі; 2) визначити роль культурного чинника при перекладі кіно шляхом здійснення лінгвокультурологічного аналізу матеріалу дослідження з виокремленням елементів, які є носіями культурноспецифічної інформації; 3) окреслити можливості відтворення культурної специфіки оригіналу в цільовій лінгвокультурі.

Постановка наукової проблеми та її значення. Проблема взаємодії мови та культури давно стала об'єктом наукових досліджень. На тісний взаємозв'язок між означеними феноменами вказував ще В. фон Гумбольдт, зазначаючи: "мови – це ієрогліфи, у які людина вміщує світ і свою уяву" [1, с. 349]. На думку відомого семіотика Ю. Лотмана, "жодна мова не може існувати, поки вона не заглиблена в контекст культури; і жодна культура, яка не має своїм центром структуру природної мови, теж не має права на існування" [13, с. 221]. Мова, таким чином, містить ключі від таємниць ментального універсуму певної культури, від пізнання способу мислення й особливостей менталітету етносу.

Різні культури сьогоднішнього світу не ізольовані одна від одної, а перебувають у постійній взаємодії. Як зауважує А. Паславська, "у сучасному світі тотальної глобалізації проблеми міжкультурної комунікації мали б відійти на другий план, внаслідок стирання меж між різними культурами та їхніми представниками. Однак ці сподівання не відповідають дійсності… Незважаючи на потужний культурний (а інколи й безкультурний) вплив іззовні, українці все ще залишаються українцями, а німці – німцями" [5, с. 138]. При цьому мовний бар'єр – це не єдина перешкода, яку доводиться долати представникам різних культур у процесі комунікації: "за мовним бар'єром стоїть культурний бар'єр, який також заважає ефективному обміну інформацією" [3, с. 103].

Американський учений Ю. Найда також говорить про те, що працюючи з мовою, необхідно визнавати її невід'ємний зв'язок із культурою, вважаючи, що немає таких мов, які сегментували б позамовний досвід ідентично. Науковець доходить висновку, що "розбіжності культур можуть спричинити більш серйозні труднощі для перекладача, ніж структурні розбіжності мови" [15, с. 130]. Тому переважна більшість перекладачів нині усвідомлює гостру потребу у врахуванні відмінностей між культурами – міжкультурної асиметрії, яка виявляється при зіставленні систем культур як асиметрії концептів, стереотипів, невербальної поведінки тощо.

І саме перекладач як посередник між двома мовами та культурами повинен брати на себе функцію ретранслятора культурної інформації від одного співрозмовника до іншого. Слушною є думка П. Ньюмарка про те, що додаткова інформація, яку перекладач може вводити до своєї версії, є здебільшого інформацією культурною [14, с. 91]. Таким чином, співвідношення між мовою та культурою мають безпосередній вплив на сприйняття чужомовного матеріалу як перекладачем, так і читачем (глядачем/слухачем) перекладу. А процес перекладу безпосередньо залежить від того, наскільки мови та культури первинної та цільової аудиторії віддалені одна від одної.

Тобто беззаперечним є той факт, що перекладач повинен бути не тільки білінгвом, а й бікультурною особистістю. Бікультурну компетенцію перекладача Г. Вітте пояснює наступним чином: "Для того, щоб зробити можливою функціональну комунікацію між представниками різних культурних спільнот, перекладач повинен розумітися як на своїй власній, так і на чужій культурах" [16, с. 346]. При цьому перекладач є "культурним посередником" („cultural mediator") [12, с. 7]. Слід наголосити також, що ми погоджуємося з висловлюванням Т. Некряч про те, що "необхідно бути надзвичайно добре обізнаним із власною культурою, аби вміти прокладати містки між нею і чужою культурою" [4, с. 36].

Однак транслятор повинен не лише добре знати особливості двох культур, без чого не можна уявити ні повного розуміння змісту оригіналу, ні створення повноцінного перекладу, але й мати чітке уявлення про схожість та відмінності у знаннях, поглядах, традиціях та асоціаціях, притаманних представникам обох культурних спільнот [2, с.139-140]. Одночасно транслятор повинен усвідомлювати власну культурну ідентичність і те, наскільки остання може вплинути на інтерпретацію культури оригіналу.

Загалом процес перекладу охоплює три етапи, які переходять один в одного. Етап рецепції (Rezeptionsphase) вважається "етапом забезпечення розуміння тексту, причому культура охоплюється в текстах систематично". У межах етапу передачі (Transferphase) відбувається розмірковування, "як слід передавати вихідні культурні елементи цільовою мовою". На останньому етапі, етапі відтворення (Reproduktionsphase), відбувається нове оформлення тексту мовою оригіналу [9, с. 62]. Хоча названу модель розроблено не спеціально для кіноперекладу, однак вона діє і для нього, оскільки саме при відтворенні кінофільму іншими мовами репрезентується культурна система, яку в перекладі обійти неможливо. Адже в умовах сучасної комунікації кінофільми займають провідне місце в культурному трансфері: "Для кінотексту більшою мірою, ніж для звичайного вербального тексту, притаманне втягування у процес міжкультурної комунікації. Кіно легко переступає межі культури, яка його породила, як у часі (від покоління до покоління), так і в просторі (від нації до нації)" [6, с. 9]. Таким чином, надання кінофільму новому реципієнтові, що передбачає зміну культурного середовища, спричиняє численні культурні трансфери.

А. Кастаньєда Діас називає сам кінофільм "культурним об'єктом, який сприймається через органи чуття" [7, с. 118]. На думку вченого, "кіно − … це текст, який має свої способи відображення дійсності, які глядач відтворює за допомогою думки, вираженої в мові. З цієї причини воно [кіно] не припиняє бути культурним феноменом, який визначає, зміцнює та перетворює світогляд глядача. Вивчати кінотекст – означає вивчати культурно вагомий об'єкт, оскільки він закодований за допомогою специфічних елементів певної культури" [7, с. 119–120].

Важливий внесок у вивчення відтворення культурної специфіки у фільмах зробив Д. Делабастіта, який дотримується думки про те, що неможливо дослідити переклад фільму без культурного контексту, у який його вміщено. Д. Делабастіта зауважує, що "дослідження перекладу фільмів… є необхідною складовою широкої програми аналізу "полісистеми" культури в цілому" [8, с. 211].

Відповідно до його поглядів фільм слід розглядати як цілісну культурну своєрідність, у межах якої під час відтворення окремих специфічних елементів завжди необхідно орієнтуватися на ціле. При цьому, звичайно, фільм як культурну своєрідність вихідною мовою неможливо повністю перетворити на культурну своєрідність мовою перекладу. З цього приводу слушною є думка Г. Ґотліба: "Будь-який переклад є адаптацією оригінального повідомлення до культурного середовища мовної спільноти… Ані фільм, ані мову неможливо повністю передати з однієї культури іншою" [11, с. 269]. Розглядаючи переклад фільмів, Ґ. Фонг акцентує увагу на тому, що прихований підтекст також повинен передаватися у перекладі: "Перекладач повинен перекладати не лише те, що персонажі говорять, а й брехню, яка криється за їхніми словами" [10, с. 97].

Масштабність занурення кіно у культурний контекст підтверджує вибірка прикладів, узятих із сучасних американських анімаційних фільмів, і їхніх перекладів українською та німецькою мовами:

*1)I'm from **Lake Michigan**.*	*Я з птахоферми у **Гнилих Ставках**.*
*2)You guys were like fire and ice! Thunder and lightning! Hip and hop! **Cheese and sprinkles**! It's a Minnesota thing.*	*Ви наче вогонь і лід! Грім і блискавка! Хіп і хоп! **Вареник і сметана!** У нас вдома така мода.*
*3)Okay, I see a **Dutch fudge torte** with cinnamon swirls!*	*Ну, я бачу великий **"Київський торт"** з завитками!*
*4) When I had to learn about the **Magna Carta**, I made up a song. In 1215 at Runnymede, doo-dah, doo-dah. The nobles and the king agreed. Oh, di-doo-dah-day…*	*Коли я вивчала **Полтавську битву**, то склала таку пісеньку: Коли зустрілись Карл і Петро, дуда-дуда-да, то попсували один одному кров, дуда-дуда-дий…*
*5) Oh, no, no, no! The **George Raft** look is dead. I want an **Audie Murphy**!*	*Oh, nine, nine, nein! Der **George-Raft-Look** ist out. Ich will aussehen wie **Audie Murphy**!*
*6) Hello, pretty bird. So kind of you to join our little **soirée**.*	*Привіт, пташечко. Як приємно бачити, що ти завітав до нас на **суаре**.*
*7) If you don't remedy this malparkage within 72 hours, your car will be thrown into **the East River** at your expence.*	*Якщо Ви не заберете його впродовж 72 годин, тоді ми скинемо його в **річку** за Ваш рахунок.*
*8) So if anyone asks, we're sophisticated millionaires from the **Ozarks**.*	*Якщо вас питатимуть, ми з вами відомі мільйонери.*

Таким чином, перекладач кіно оцінює ступінь значущості кожного окремого культурного аспекту у контексті його функції у фільмі та певній комунікативній ситуації, вплив його "асоціативного шлейфу" (термін Т. Некряч) на комунікативний ефект, а отже, те, як і якою мірою необхідно або бажано відтворювати його в тексті перекладу.

У ході міркувань щодо того, як повестися з культурноспецифічними елементами, завжди слід брати до уваги активізацію фонових знань, яка відбувається автоматично у глядачів оригіналу. Тобто перекладач повинен не тільки впізнавати та розуміти культурні маркери як такі, але й знаходити шляхи заміни та доповнення відповідних фонових знань, які активізуються у глядачів оригіналу, однак відсутні у глядачів перекладеного фільму. Завдання перекладача фільмів полягає, таким чином, у тому, щоб упізнати культурноспецифічні елементи та правильно перемістити їх у цільову культуру – зберігши, замінивши, опустивши чи розтлумачивши їх.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гумбольдт В. Характер языка и характер народа / В. фон Гумбольдт // Язык и философия культуры. – М. : Прогресс, 1985. – С. 451.
2. *Дем'янюк* А. А. *Переклад* як *акт міжкультурної комунікації*. / *Дем'янюк* А.А.// Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика: зб.наукових праць. – К.: Київський університет, 2007. – Вип. – 15. – С. 136-141.

3. Муратов Д. Є. Соціокультурна інформація та її врахування у перекладі і підготовці перекладачів / Д.Є. Муратов // Вісник Київського національного університету імені Т. Шевченка : Іноземна філологія. – 2004. – № 37-38. – С. 103-105.
4. Некряч Т. Є. Переклад і культура / Т.Є. Некряч, Ю.П. Чала // Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики : збірник наукових праць Київського національного університету імені Тараса Шевченка. – К. : КНУ, 2004. – Вип. 4. – С.32-37.
5. Паславська А. Й. Невербальне заперечення в міжкультурній комунікації / А. Й. Паславська // Теорія і практика викладання української мови як іноземної: Зб. наук. пр. – Львів, 2007 – Вип. 2. – С. 138–145.
6. Слышкин Г. Г. Кинотекст (опыт лингвокультурологического анализа) / Г. Г. Слышкин, М. А. Ефремова. – М.: Водолей Publishers, 2004. – 153 с.
7. Castañeda Díaz A. Le temps comme dimension de l'univers cinématographique (A propos du temps et de l'espace créatifs dans le cinégramme) / A.A. Castañeda Díaz // Langage, Temps et Temporalité : Actes du 29-e Colloque d'Albi Langages et Signification. – Toulouse: Université Toulouse-Le Mirail, 2008. – P. 117–129.
8. Delabastita D. Translation and Mass-Communication: Film and TV Translation as Evidence of Cultural Dynamics // Babel. – 1989. – № 4 (35). – P. 193-218.
9. Floros G. Kulturelle Konstellationen in Texten. Zur Beschreibung und Übersetzung von Kultur in Texten / Georgios Floros. – Tübingen : Narr, 2003. – 206 S.
10. Fong G S.F. The Two Worlds of Subtitling: The Case of Vulgarisms and Sexuallyoriented Language / Gilbert C. F. Fong // Dubbing an Subtitling in a World Context. – Hong Kong : The Chinese University Press. – 2009. – P. 39-61.
11. Gottlieb H. Subtitling : people translating people // H. Gottlieb / Teaching translation and interpreting 2. – Amsterdam/Philadelphia : John Benjamins Publ.&Co., 1994. – P. 261-274.
12. Katan D. Translating Cultures. An introduction for translators, interpreters and mediators / D. Katan. – Manchester : St. Jerome Publishing, 1999. – P. 271.
13. Lotman J. On the semiotic mechanism of culture / J. Lotman, B. Uspensky // New Literary History. – 1978. – P. 211-232.
14. Newmark P. A textbook of translation [Electronic source] / P. Newmark. – New York : Prentice Hall, 1988. –293 p. Available at : http://carynannerisly.wikispaces.com/file/view/A+Textbook+of+Translation+by+Peter+Newmark.pdf
15. Nida E. Principles of correspondence / E. Nida // The translation reader. – London : Routledge, 1964. – P. 130-147.
16. Witte H. Die Rolle der Kulturkompetenz : [Handbuch Translation] / H. Witte. – Tübingen : Stauffenburg, 1998. – P. 345-348.

Стаття надійшла до редакції 14.10.2015 р.

Anastasiia Melnyk, Ph.D. (Philol.Sc.), Assistant Professor,
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

TRANSLATOR AS CROSS-CULTURAL MEDIATOR: CULTURAL COMPETENCE IN THE CINEMATOGRAPHY

The paper is devoted to determination the role of cultural competence in the translation in general and in the film translation in particular. On the assumption of the cultural asymmetry the author

designates the opportunities to reproduction of cultural specificity of the source-film in the target linguoculture.

Keywords: *film translation, cultural aspect of translation, cultural specificity, cross-cultural asymmetry, cultural mediation.*

Мельник А.П., к. филол. н., ассист.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

ПЕРЕВОДЧИК КАК ПОСРЕДНИК МЕЖДУ ДВУМЯ ЛИНГВОКУЛЬТУРАМИ: КУЛЬТУРНАЯ КОМПЕТЕНЦИЯ В КИНЕМАТОГРАФЕ

Статья посвящена определению роли кросс-культурной компетенции в переводе в общем и при воспроизведении иностранного кино для новой целевой аудитории в частности. Исходя из наличия факта кросс-культурной асимметрии, автор называет возможности воспроизведения культурной специфики фильма-оригинала в целевой лингвокультуре.

Ключевые слова: *киноперевод, культурный аспект перевода, культурная специфика, кросс-культурная асимметрия, культурное посредничество.*

УДК 811.11’42

Морозова І.І., канд. філол. наук, доц.,
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, м. Харків

ТИПОВА КОМУНІКАТИВНА ПОВЕДІНКА БРИТАНСЬКОЇ ЖІНКИ XIX СТОЛІТТЯ

У статті розглядаються найбільш та найменш типові комунікативні стратегії увічливості у найбільш та найменш типових комунікативних ситуаціях, що у сукупності характеризують британську жінку як пересічного представника вікторіанської лінгвокультурної спільноти. У якості провідного обрано ґендерний чинник. Автор доходить висновку про необхідність об’єднання соціального та прагмалінгвістичного параметрів для всебічного опису мовленнєвої поведінки жінки.

Ключові слова: *вікторіанська лінгвокультурна спільнота, ґендерний чинник, комунікативна ситуація, комунікативні стратегії увічливості, мовленнєва поведінка.*

Одним із напрямів сучасних лінгвістичних розвідок є встановлення специфіки мовлення людини за ґендерним принципом. Вітчизняні та зарубіжні фахівці у галузі ґендерної лінгвістики виокремили комунікативні риси, норми, стереотипи, ролі, типові або бажані для тих, кого суспільство ідентифікує як жінок та чоловіків (див., наприклад [Мартинюк 2004; Lakoff 2004]). Метою цієї роботи є виділення як типових рис комунікативної поведінки британської жінки другої половини XIX ст. (т. зв. Вікторіанської доби в історії Великої Британії), так і нетипових для вікторіанства

особливостей спілкування жінок, що дає можливість реконструювати якомога детальніший мовний портрет провідної для тогочасної Британії мовної особистості, яка впливала не лише на своє безпосереднє оточення, а на суспільство в цілому.

Об'єктом дослідження є комунікативна поведінка представниць зазначеного історичного періоду, а предметом – (не)типові для них комунікативні стратегії у (не)типових комунікативних ситуаціях. Матеріалом для проведення аналізу обрано уривки з п'єс вікторіанських драматургів, що містять комунікативні стратегії увічливості. Актуальність проведеного дослідження визначається необхідністю подальшої розробки теоретичних основ та методик вивчення комунікативної поведінки представників британської лінгвокультурної спільноти з урахуванням ґендерного чинника.

Соціопсихологічною основою мовленнєвої поведінки британської жінки XIX ст. в дискурсі є ґендер, тобто соціальна стать, соціальна роль і культурна традиція (бути чоловіком / жінкою і здійснювати у зв'язку з цим відповідні даній культурі дії, у тому числі мовні), або всі ті соціальні та культурні норми, правила і ролі, продиктовані суспільством залежно від біологічної статі особи [Трофимова 2002, с. 44].

Антропоцентричний підхід до вивчення людини-мовця передбачає увагу до всіх аспектів її діяльності, у т.ч. мовленнєвої, і до мови як основного засобу конструювання мовної ідентичності. На сучасному етапі розвитку лінгвістики недостатньо визнавати антропоцентричність мови в цілому; необхідно створити таку модель опису людини в мові, яка дозволила б описати як загальнолюдський рівень, так і рівень власне ґендерний. У цій роботі ми залишаємося в межах ґендерного рівня, що зумовлено обраним об'єктом і поставленими завданнями: ми розглядаємо (не)типову мовленнєву поведінку вікторіанської жінки, виявляємо її прагматичні характеристики й екстралінгвістичні (соціальні) чинники, які впливають на процес конструювання мовлення.

Типовість або нетиповість комунікативної поведінки британської жінки XIX ст. визначаємо, з одного боку, за екстралінгвістичнми параметрами, а з іншого – за виключно лінгвістичними. До екстралінгвістичних параметрів відносимо соціальні, тобто такі, що диктувалися вікторіанським суспільством, його цінностями, настановами, мораллю, тощо. Вікторіанська жінка за рідкісним винятком не мала виходу в професійну сферу, тому її спілкування проходило або у сфері сім'ї з домочадцями і прислугою (первинні відносини в первинній соціальній групі, що визначаються довготривалістю і тісною просторовою близькістю, яка характеризує малу кількість учасників), або поза родинним колом, у гостях (вторинні відносини у вторинній соціальній групі, що визначаються просторовою віддаленістю і недовготривалістю та великою кількістю учасників) [Белл 1980, с. 137].

Для опису типової мовленнєвої поведінки вікторіанської жінки у складі малих груп використовуємо поняття комунікативної ситуації. Останню трактуємо як «контекст мови, в якому здійснюється певне висловлення» [Ахманова 2004, с. 413] і як «складний комплекс зовнішніх умов і внутрішньої реакції комунікантів, що знаходять вираження в будь-якому висловленні» [там само]. Як свідчить проведений нами аналіз, виділяються наступні типи комунікативних ситуацій, доступних вікторіанській жінці: виявлення почуттів, світська бесіда, плітки, флірт, дискусія, розпорядження / повчання.

Обговорення почуттів та емоцій займає, за нашими даними, чверть тематичного простору (25,4%); ця ситуація є найтиповішою для комунікативного простору британської жінки XIX ст. Спілкування в цій комунікативній ситуації може бути симетричним і асиметричним. У симетричному вікторіанська жінка відіграє ролі матері, мачухи і сестри в первинній соціальній групі та світської знайомої у вторинній. При обговоренні почуттів та емоцій, які відчувала вона або її співрозмовниці, соціальна дистанція між ними виявляється близькою, а змінна «відносна влада мовця над слухачем» не спрацьовує, і вікторіанська жінка веде бесіду «на рівних» з молодшими представницями сім'ї, наприклад, леді Чарлей виявляє захоплення вчинком своєї світської знайомої леді Кларіс:

Charley. *(...) Darling, are you going too? So pleased! So charmed! How sweet of you! [Offers to kiss* **Lady Clarice***]* **(Jones, 435).**

При асиметричному спілкуванні вікторіанська жінка може грати ролі матері і дружини в первинній соціальній групі та світської знайомої у вторинній. Хоча соціальна дистанція, як і в симетричних ситуаціях, залишається близькою між комунікантами, чоловік у Вікторіанську епоху має «відносну владу» над співбесідницею, отже жінка вдається до пояснень своїх почуттів до чоловіка:

Sir Robert Chiltern: *Oh, love me always, Gertrude, love me always!*

Lady Chiltern: *I will always love you, because you will always be worthy of love* (Wilde, 222-223).

З іншого боку, обговорення фінансового стану (майбутньої) родини являє собою нетипову для британської жінки XIX ст. ситуацію спілкування: матеріальний чинник як прерогатива чоловіка дуже рідко привертає до себе увагу вікторіанської жінки – згадана комунікативна ситуація займає 4,9% тематичного простору. У цій комунікативній ситуації суттєвим є фактор відносної влади мовця над слухачем: слухняність, повага до старших, як і підпорядкованість (майбутньому) чоловікові обов'язково входить в сферу вікторіанських цінностей [Walvin 1987]: роль «сильного» члена адресантно-адресатної пари традиційно відводиться чоловікові. У наведеному нижче прикладі леді Франклін прямолінійно, «нежіночно» пропонує співрозмовнику фінансову допомогу, проте пом'якшує свою прямолінійність, визнаючи втручання в особисте життя адресата і тим самим нейтралізуючи акт ушкодження його соціального обличчя:

Lady Franklin. *My dear Evelyn, you may think it strange to receive such visitors at this moment; but indeed, it is no time for ceremony. We are your relations – it is reported you are about to leave the country – we come to ask frankly what we can do to serve you?*

Evelyn. *Madam, – I –* (Bulwer-Lytton, 113).

Лінгвістичні параметри типовості / нетиповості комунікативної поведінки британської жінки XIX ст. визначають номенклатуру стратегій увічливості, які реалізуються в тогочасному жіночому дискурсі. Останній визначаємо, базуючись на сучасних тлумаченнях [Бєлова 2006, Бурбело 2002, Шевченко 2011 та ін.]: як особливе використання мови для відображення особливої ментальності, у нашому дослідженні жіночої, як соціальну діяльність у межах певного соціуму, або мовлення, занурене в життя, цілеспрямовану соціальну дію, компонент, що бере участь у взаємодії людей і механізмах їхньої свідомості. Отже, вважаємо, що британський жіночий дискурс – це

мисленнєво-комунікативний феномен, процес та результат мовленнєвої діяльності британської жінки, який відбиває її соціальний стан і ментальність певного історичного періоду, у цій роботі – вікторіанського.

За нашими даними, типовими стратегіями увічливості [Brown, Levinson 1987], вживаними в дискурсі британської жінки другої половини XIX ст. з огляду на ґендерний параметр, є стратегія позитивної увічливості «Припускай, створюй, стверджуй наявність спільних інтересів» (24,6% вибірки симетричних ситуацій спілкування та 18,3% вибірки асиметричних ситуацій) та стратегія негативної увічливості «Запитуй, висловлюйся ухильно» (18,0% вибірки симетричних ситуацій спілкування та 22,1% вибірки асиметричних ситуацій).

Сутність стратегії ствердження спільних інтересів полягає в створенні «спільної території» для розмови. Такою територією П. Браун і С. Левінсон вважають світську балаканину та плітки [Brown, Levinson 1987]. У Вікторіанську епоху життя жінок середнього / вищого класів протікає здебільшого в неробстві, що сприймається як символ успіху чоловічої половини їх сімей. Ці жінки і «стали називатися «леді» або «шляхетними дамами» [Summers 1992, p. 124]. Маючи в своєму розпорядженні багато вільного часу, вікторіанські жінки намагалися заповнити його візитами та прийомними днями. З розвитком мережі залізниць «жителі міст поринули в сільську місцевість, щоб мати можливість подихати повітрям; сільським родичам надавалася можливість відчути всі принади «сезону» в місті» [Hardy 1992, p. 123]. Тим самим, світське проводження часу – це тема, знайома всім вікторіанським жінкам, що обумовлює її типовість для світського спілкування, наприклад:

Lady Caroline: *I believe this is the first country-house you have stayed at, Miss Worsley?*

Hester: *Yes, Lady Caroline* (Wilde, 95).

П. Браун і С. Левінсон відносять пліткування до способів реалізації комунікативної стратегії зближення співрозмовників, тому що лихослів'я про відсутніх посвоєму сприяє покращенню соціального обличчя присутніх комунікантів [Brown, Levinson 1987]. Плітки у вікторіанському товаристві розповсюджувалась про будь-що чи будь-кого; наприклад, предметом пліткування могла стати поведінка світських знайомих як на момент мовлення, так і у минулому:

Lady Clarice. *Professor Rawkinson and the Bishop of Malmesbury were fighting to get her an ice.*

Charley. *What is the secret of her popularity?* (Jones, 423).

Mrs. Eden. *(...) [Very confidentially] There's no doubt, you know, that his past* has *been exceptionally naughty.*

Duchess. *Really? Ah! don't be surprised that I am not more deeply shocked.* (Pinero, 513).

Стратегія негативної увічливості «Запитуй, висловлюйся ухильно» є домінуючою в британському жіночому дискурсі другої половини XIX ст. Уживання мовних засобів для позначення некатегоричності висловлення в цілому є характерною рисою англійськомовного дискурсу. Засоби реалізації хеджингу [Lakoff 1972, p. 195] органічно притаманні англійській мові, вони є її «стрижнем», оскільки «мова без хеджингу – це нежива мова» [там само]. У нашій вибірці ця стратегія представлена найбільшою

кількістю мовних засобів, оскільки ґендерний чинник вимагає від тогочасної жінки висловлюватись невпевнено.

Ми фіксуємо наступні засоби реалізації вищезгаданої стратегії увічливості: питальні речення (вікторіанська жінка пом'якшує шкоду, яка наноситься соціальному обличчю співрозмовників, ухиляючись від прямого надання необхідної в цій ситуації спілкування інформації); т.зв. модератор якості (quality hedge), який виражається вставними реченнями *I believe, I suppose, I think* та ін., прислівниками *perhaps, anyhow* і т. ін., а також неозначено-особовими реченнями типу *It seems (to me),* які вживаються у тому випадку, якщо вікторіанська жінка тим чи іншим способом зазіхає на свободу співрозмовників, здійснює акт ушкодження соціального обличчя й намагається пом'якшити його, щоб залишитися ввічливою; т.зв. модератор кількості (quantity hedge), який служить для захисту негативного соціального обличчя слухача, дозволяючи вікторіанській жінці не говорити всієї правди. Він представлений прислівниками міри і ступеня *really, quite, simply,* причому перший є найчастотнішим, як в симетричних, так і в асиметричних ситуаціях спілкування. У наведеному нижче прикладі вікторіанська жінка пом'якшує достатньо різку відповідь:

Eddie. *[To Dulcie] You've not been down to supper, Lady Skene.*

Dulcie. *I really don't want any (Jones, 428).*

Найменш уживаними, тобто нетиповими для дискурсу британської жінки XIX ст. є позитивна стратегія посилення інтересу до слухача (0,2% вибірки симетричних ситуацій спілкування та 1,0% вибірки асиметричних ситуацій) та негативна стратегія використання номіналізації (0,2% вибірки симетричних ситуацій спілкування та 0,2% вибірки асиметричних ситуацій).

Стратегія позитивної увічливості «Посилюй інтерес до слухача» **мінімально представлена в дискурсі вікторіанської жінки. З її допомогою жінка прагне привернути до себе увагу співрозмовника і, можливо, домогтися згоди зі своєю думкою (підкріпити позитивне соціальне обличчя). Так, мати може торкнутися питання про шлюб з дорослим сином тільки у непрямий спосіб:**

Mrs. Higgins. *Do you know what you would do if you really loved me, Henry?*

Higgins. *Oh bother! What, marry, I suppose* (Shaw, 80 – 81).

Стратегия негативної увічливості «Використовуй номіналізації» **реалізується шляхом заміни конкретних подій загальними явищами за допомогою дієслівних форм тривалого виду. За спостереженнями Б.Л. Ільіша, у XIX ст. ці форми отримують більш широке застосування, яке поширюється і на ряд випадків, в яких раніше вживалися форми загального виду [Ильиш 1968, с. 363]. Вікторіанська жінка з обережністю підходить до форм, які ще недавно вважався розмовно-вульгарними, що можна вважати однією з причин вкрай низької частотності цієї стратегії в аналізованому жіночому дискурсі. Так, наприклад, вікторіанська жінка використовує «нову» стратегію в бесіді з чоловіком:**

Lady Caroline *(To Sir John): John, you should have your muffler. What is the use of my always knitting mufflers for you if you won't wear them?*

Sir John: *I am quite warm, Caroline, I assure you* (Wilde, 95).

Для XIX ст. на відміну від сучасного англійського дискурсу нетиповим є «опис жінки як «упевненої в собі», «себелюбної», «успішної», «кар'єрної» (тобто такої, яка успішно робить кар'єру), що свідчить про різні ґендерні стереотипи Британії XIX і XX-XXI ст. Загальною характеристикою вікторіанського жіночого дискурсу є підвищена емоційність, що виражається у вживанні т.зв. «порожніх» емоційно-забарвлених прикметників; вираз оптимізму (перебільшено позитивної думки про співрозмовників); підкреслене бажання взаємодіяти з партнерами по комунікації (у вигляді інформування їх про спонукальні причини дій). Стратегія посилення інтересу до слухача зафіксована нами в одиничних діалогах з участю вікторіанської жінки: нечасте звернення до неї продиктовано правилами поведінки, у т.ч. мовленнєвої, які вікторіанське суспільство нав'язувало жінці: інтенсифікація інтересу до співрозмовника-чоловіка не узгоджується з моральною нормою стриманості. Функціонування стратегії ухильності в обговорюваних питаннях зумовлено великим спектром мовних способів її реалізації для підтримки негативного соціального обличчя співрозмовників. Стратегія номіналізації через свою новизну для літературної мови XIX ст. (дієслівні форми тривалого виду) використовується рідко (стереотип консервативної в мовному відношенні вікторіанської жінки).

Гендерний чинник в дискурсі британської жінки XIX ст. реалізується з неоднаковою інтенсивністю. Як було показано вище, в ситуації обговорення фінансового становища (майбутньої) родини вікторіанська жінка підкоряється рішенням співрозмовника-чоловіка, що проявляється в переважному вживанням позитивних стратегій увічливості. З іншого боку, при обговоренні почуттів і емоцій думка вікторіанської жінки є авторитетною, а її судження – незаперечними, що зумовлює велику частотність негативних стратегій увічливості.

Насамкінець, оскільки мовленнєва діяльність індивіда пов'язана, з одного боку, з системою мови / мовлення, а з іншого боку, – з системою соціальної взаємодії через суб'єкти мовленнєвої діяльності адресата й адресанта, це зумовлює необхідність впровадження соціопрагматического підходу до розгляду дискурсу брітанської жінки в діахронії, що передбачає поєднання соціального та прагматичного, не розмежовуючи їх, і становить перспективи подальших розвідок.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ахманова О.С. Ситуация речевая / О.С. Ахманова // Словарь лингвистических терминов. – М : Едиториал УРСС, 2004. – С. 413-414.
2. Белл Р.Т. Социолингвистика: Пер. с англ. / Р.Т. Белл. – М.: Международные отношения, 1980. – 320 с.
3. Бєлова А. Д. Лінгвістичні перспективи і прогнози у XXI столітті / А.Д. Бєлова // Лінгвістика XXI століття: нові дослідження і перспективи. – К.: ЦНДВІМНАНУ, 2006. – № 1. – С. 22-31.
4. Бурбело В.Б. Сучасні концепції дискурсу та лінгвопрагматичні засади дискурсології / В.Б. Бурбело // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Іноземна філологія. – 2002. – Вип. 33. – С. 79-84.
5. Ильиш Б.А. История английского языка / Б.А. Ильиш. – М.: Высшая школа, 1968. – 419 с.

6. Мартинюк А.П. Конструювання ґендеру в англомовному дискурсі / А.П. Мартинюк. – Харків: Константа, 2004. – 292 с.
7. Солощук Л.В. Вербальне та невербальне у полікодовому дискурсивному просторі / Л.В. Солощук // Дискурсивні стратегії лінгвістики XXI століття: зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. конференції, 24-25 листопада 2011 р. – Львів: Вид-во ЛНУ, 2011. – С. 8-9.
8. Трофимова Е.И. Терминологические вопросы в гендерных исследованиях / Е.И. Трофимова // Доклады Второй междунар. конф. «Гендер: Язык, Культура, Коммуникация», 22-23 ноября 2002 г. – М.: МГЛУ. – 2002. – С. 41-54.
9. Шевченко И.С. Дискурс и его категории / И.С. Шевченко // Вісник ХНУ. – 2011. – № 973. – С. 6-12.
10. Brown P. Politeness: Some Universals in Language Use / Penelope Brown, Stephen Levinson. – L., NY, etc.: CUP, 1987. – 345 p.
11. Bulwer-Lytton E. Money / Edward Bulwer-Lytton // Nineteenth Century Plays. – L.: CUP, 1968. – P. 47-120.
12. Hardy S. The Diary of a Suffolk Farmer's Wife. 1854 – 1869. A Woman of Her Time / S. Hardy. – Hounmills: Macmillan, 1992. – 196 p.
13. Jones H.A. The Masqueraders / H.A. Jones// Representative British Dramas. Victorian and Modern. – Boston: Little, Brown, and Company, 1924. – P. 407-444.
14. Lakoff G. Hedges: a study in meaning criteria and the logic of fuzzy concepts / G. Lakoff // Papers from the 8th Regional Meeting of the Chicago Linguistic Society. – Chicago: Chicago Linguistic Society. – 1972. – P. 183-228.
15. Lakoff R. Language and Woman's Place / R.T. Lakoff, M. Bucholtz. – NY, Oxford: OUP, 2004. – 309 p.
16. Pinero A.W. The Gay Lord Quex / A.W. Pinero // Representative British Dramas. Victorian and Modern. – Boston: Little, Brown, and Company, 1924. – P. 499-548.
17. Shaw B. Pygmalion. A Comedy / Bernard Shaw. – M.: Foreign Languages Publishing House, 1959. – 151 p.
18. Summers A. Ministering angels: Victorian Women and Nursery Reform / A. Summers // Victorian Values. – NY: Longman. – 1992. – P. 121-135.
19. Walvin J. Other people, other values / J. Walvin // Victorian Values. – Frankfurt-am-Main: Andre Deutsch Ltd., 1987. – P. 137-146.
20. Wilde O. An Ideal Husband / Oscar Wilde // Plays. – M.: Foreign Languages Publishing House, 1961. – P. 169-276.
21. Wilde O. A Woman of No Importance / Oscar Wilde // Plays. – M.: Foreign Languages Publishing House, 1961. – P. 91-168.

Стаття надійшла до редколегії 31.08.2015 р.

Морозова И.И., канд. филол. наук, доцент,
Харьковский национальный университет имени В.Н. Каразина, г. Харьков

ТИПИЧНОЕ КОММУНИКАТИВНОЕ ПОВЕДЕНИЕ БРИТАНСКОЙ ЖЕНЩИНЫ XIX ВЕКА

В статье рассматриваются наиболее и наименее типичные коммуникативные стратегии вежливости в наиболее и наименее типичных коммуникативных ситуациях, в совокупности характеризующие британскую женщину как среднестатистического представителя викторианской лингвокультурной общности. В качестве ведущего выбран гендерный фактор. Автор делает вывод о необходимости объединения социального и прагмалингвистического параметров для всестороннего описания речевого поведения женщины.

Ключевые слова: *викторианская лингвокультурная общность, гендерный фактор, коммуникативная ситуация, коммуникативные стратегии вежливости, речевое поведение.*

Morozova I.I., Cand.Phil.Sci., Associate Professor

V.N. Karazin Kharkiv National University, Kharkiv

TYPICAL COMMUNICATIVE BEHAVIOUR OF THE NINETEENTH CENTURY BRITISH WOMAN

The article focuses on the most and the least typical communicative strategies of politeness in the most and the least typical communicative situations which, taken together, characterize the British woman as an average representative of the Victorian linguistic and cultural community. Gender is chosen to be the leading factor. The author comes to a conclusion that it is necessary to combine social and pragmalinguistic parameters to provide an all-round description of the woman's communicative behaviour.

Keywords: *communicative behaviour, communicative situation, communicative strategies of politeness, gender factor, Victorian linguistic and cultural community.*

УДК 811.111

Морозова О., д. філол. н., проф.,
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, м. Харків

ЕКОЛОГІЧНИЙ ПІДХІД ДО АНАЛІЗУ НЕПРАВДИВИХ ВИСЛОВЛЕНЬ

У статті наведено огляд сучасного стану еколінгвістики та надано характеристику одному із її новітніх напрямів – когнітивній еколінгвістиці – шляхом висвітлення особливостей творення смислу висловлень, за допомогою яких мовець намагається ввести співрозмовника в оману. Доведено, що енактивний когнітивний підхід до пояснення змісту неправдивих висловлень, який наголошує на важливості динамізму, тілесності та ситуаційності, відповідає загальній методологічній настанові екологізму.

Ключові слова: *динамізм, еколінгвістика, енактивний когнітивний підхід, когнітивна еколінгвістика, неправдиве висловлення, ситуаційність, тілесність.*

Екологізм є загальнонауковою методологічною настановою, що становить сучасну альтернативу антропоцентризму. Згідно з цією настановою, людина є органічною клітинкою життя на землі у цілому і не має пріоритету стосовно середовища свого існування. О.М. Князєва характеризує суть парадигмального зсуву від антропоцентризму до екологізму у такий спосіб: спочатку людині потрібно було піднести власну гординю до крайньої межі, здійнятися над світом, аналізуючи його; а потім усвідомити своє вплетення у тканину світу та аналізувати останній з позицій партнерства і діалогу з природою [5, с. 93]. Екологічному підходу властива інтеграційність, поєднання методів та підходів різних наук під час розгляду об'єктів у широкому міждисциплінарному контексті.

У другій половині XX ст. екологізм дістав втілення у цілій низці природничих і гуманітарних наук: екології, біології, етнографії, соціології, психології, історії, філософії, культурології, політології, теоретичній економіці тощо. Наприкінці XX ст. до цих наук приєдналася й лінгвістика, залучивши до аналізу мови чимало методів та понять суміжних наук і, своєю чергою, збагативши останні своїми. Так виникла **еколінгвістика** – мовознавча наука, що керується у дослідженні мови принципом екологізму. Еколінгвістика вивчає стосунки між мовою людини та її життям у цілому; вона співвідносить мовні сутності з середовищем їх застосування, впливу якого вони зазнають і на яке, своєю чергою, впливають. Середовище тут розуміється гранично широко – як все те, що будь-яким чином стосується мови. Провісниками еколінгвістики виступили Е. Сепір та В. фон Гумбольдт (про історію становлення сучасної еколінгвістики див. [16; 24]).

У зарубіжній еколінгвістиці прийнято розмежовувати два основні напрями: екологію мови (language ecology) та екологічну лінгвістику (ecological linguistics) [18, с. 3].

Засновником **екології мови** вважають Е. Хаугена, у засадничій праці якого [22] визначено основні напрями дослідження мовної екології: це взаємодія мов із територіально суміжними мовами (ареальна лінгвістика) та їх співіснування у свідомості окремого індивіда (білінгвізм). Термін «екологія» тут застосовано у метафоричному сенсі [18, с. 3], оскільки він позначає взаємодію символьних сутностей, а не об'єктів та явищ матеріальної дійсності. Понад сорок років по тому А. Філл та С.В. Стеффенсен у редакторській статті до спеціального випуску журналу "Language Science", який присвячено проблемам еколінгвістики [19], зазначають, що сьогодні варто вести мову не про єдину екологію мови, а про принаймні чотири: **символічну екологію мови** (symbolic ecology) (у дусі Хаугена), що досліджує екосистемну взаємодію між знаковими системами (мовами, варіантами, діалектами тощо) у певному ареалі та у свідомості індивіда-білінгва; **природну екологію мови** (natural ecology), що вивчає зв'язок між мовою та матеріальною дійсністю (топографія, флора, фауна); **соціокультурну екологію мови** (sociocultural ecology), що розглядає стосунки, в яких мова перебуває відносно соціальних та культурних сил, що формують умови для комунікації індивідів і спільнот; **когнітивну екологію мови** (cognitive ecology), що аналізує, як когнітивні здібності людини зумовлюють її адаптивну поведінку в різноманітних ситуаціях.

Фундатором другого впливового напряму в еколінгвістиці – **екологічної лінгвістики** – є М.А.К. Геллідей [20], який першим пов'язав біологічну екологію, проблеми

навколишнього середовища та мову. Термін «екологія» тут витлумачено у прямому – біологічному – сенсі, тобто його зміст співвіднесено із середовищем існування людини [18, с.3]. Зазначимо, що саме у межах екологічної лінгвістики було порушене питання щодо необхідності переходу від антропоцентризму до екологізму, оскільки антропоцентризм виправдовує такі негативні явища ідеологічного ґатунку, як домінування людини над природою, класизм, більшизм, винищування видів, забруднення навколишнього середовища тощо [20, с. 199]. Пізніше у межах цього напряму сформувалася **критична еколінгвістика** (critical eco-linguistics) [21], що вивчає, як у мові та дискурсі втілюється ставлення людини до навколишнього середовища.

Еколінгвістика третього тисячоліття, однак, не обмежується цими двома напрямами, а являє собою широку сферу мовознавчих розвідок, в якій працюють сотні науковців (див. огляди у [3; 4; 8; 9; 10; 19; 23; 25]) і яка постійно розширює свої межі. Так, наприклад, сучасні дослідники обґрунтували статус «екології перекладу», яка опікується впливом природних і соціокультурних чинників на переклад іншомовного тексту [2; 7]. Очевидно, що екологія перекладу, або екотранслятологія, належить до символічної екології мови, але у той самий час вона також є дотичною й до природної, соціокультурної та когнітивної екологій мови. Таке взаємне перетинання окремих напрямів еколінгвістики є взагалі її відмітною рисою, виявом принципу екологізму.

Еколінгвістиці у цілому притаманна голістичність [23, с. 15], міждисциплінарність [15; 25], інтеграція гуманітарного і природничого наукового знання [6; 12; 18]. Однак, як зазначають С.В. Стеффенсен і А. Філл, еколінгвістику в її сучасному стані можна порівняти скоріше з архіпелагом, ніж із континентом [23, с.15], оскільки вона охоплює чимало методологічно і теоретично розрізнених напрямів лінгвістичних досліджень. Їх представлено переважно зарубіжними науковими розвідками, адже на наукових теренах України публікації з еколінгвістичної проблематики почали з'являтися лише останнім часом [3; 8; 11; 13; 14]. Однак є підстави вважати, що українська еколінгвістика здатна посісти чільне місце на світовому науковому просторі, збагативши її сучасними здобутками мовознавчої науки.

У цій статті увагу зосереджено на **когнітивному** напрямі еколінгвістики, а саме, здійснено спробу застосувати енактивістський когнітивний підхід, що на сьогодні є найбільш «екологічним», до аналізу дискурсивних реалізацій обману – неправдивих висловлень, за допомогою яких суб'єкт дискурсивної діяльності намагається ввести співрозмовника в оману. Отже, **об'єктом** аналізу є дискурсивні реалізації обману – неправдиві висловлення (далі НВ), а **предметом** – особливості творення їх смислу у широкому екологічному контексті. **Метою** дослідження є розкрити потенціал енактивістського когнітивного підходу до аналізу смислу НВ. Належність дослідження до екологічної парадигми мовознавчих розвідок свідчить про його **актуальність**.

Проблема природи значення належить до «розряду одвічних» [1, с. 71], оскільки кожна нова парадигма пропонує свій спосіб її розв'язання залежно від того, як у цій парадигмі розуміється природа мови, її співвідношення з мисленням та дійсністю, сутність пізнання і людського розуму, сутність самої людини. Так, структурна лінгвістика локалізує значення у сфері значущості мовного знака у системі мови. Логічна семантика ґрунтує розуміння значення на референції та істині. Когнітивна семантика

виходить із того, що значення мовного знака не може бути зведене до об'єктивної характеризації фрагмента дійсності, що позначається: ракурс концептуалізації, тобто погляд на ситуацію, що обирається суб'єктом дискурсивної діяльності, є також важливим для смислотворення.

Однак когнітивна семантика не є монолітною: в її межах понад 40 років змінняли одне одного різні підходи до трактування природи значення. У когнітивній семантиці 1970-х р.р. значення тлумачиться як ментальна репрезентація – усталена сутність, яка зберігається у свідомості людини (репрезентаційна когнітивна семантика). У когнітивній семантиці 1980-х р.р. значення / смисл розуміється як динамічна емерджентна сутність, що конструюється у контексті ситуації, тобто кожного разу ніби створюється наново (конекціонізм). У когнітивній семантиці 1990-х р.р. значення / смисл постає у своєму нерозривному зв'язку з людським тілом, насамперед, мозком людини (тілесно орієнтований динамізм). У XXI ст. набув поширення енктивістський когнітивний підхід до розуміння природи значення / смислу, згідно з яким процес смислотворення є «вдіянням» у навколишнє середовище (enactment). З позицій енактивізму значення / смисл є динамічним, тілесним, ситуативним та розосередженим.

З'ясуємо, який із підходів до розуміння природи значення оптимальним чином дозволяє з'ясувати особливості смислотворення НВ. Очевидно, що смисл НВ не можна адекватно пояснити шляхом звернення до системи мови (семіотичної системи комунікації), адже неправда не має специфічних засобів вираження. Логічній семантиці також бракує експланаторного потенціалу у поясненні змісту НВ, оскільки на підставі однієї лише хибності пропозиції не можна кваліфікувати висловлення як неправдиве – це може бути помилка, жарт, образність тощо. Окрім хибності пропозиції, неправда передбачає ще й нещирість мовця; цей параметр є прагматичним, а отже, його не можна пояснити у термінах логічної семантики.

Репрезентаційний когнітивний підхід до трактування природи значення базується на засновку, що зміст мовного знака спочатку формується у свідомості потенційного мовця, а потім втілюється ним у мовну форму та надсилається співрозмовникові. Однак звернення до аналізу НВ свідчить про те, що таке пояснення істотно спрощує комунікативну дійсність, адже спланована заздалегідь неправда в особистій комунікації є скоріше винятком, ніж правилом. У більшості ситуацій НВ міститься у респонсивній репліці, тобто мовець, який вдається до неправди, вимушений швидко реагувати на мовленнєві дії свого співрозмовника, а це не залишає йому часу на планування неправди. Більш переконливим, на нашу думку, є конекціоністський підхід до пояснення природи значення, відповідно до якого неправда є емерджентною сутністю, яка виникає в режимі поточного часу в особливих ситуативних умовах. Неправда може розвиватися у часі, деталізуватися, модифікуватися та навіть – врешті-решт – відкидатися. Проілюструємо це таким прикладом:

«I saw you this afternoon," said Nandira. "I saw you at Maru-a-Pula.»
«Ah, yes," said Mma Ramotswe. (a) "*I was waiting for somebody."*
"Then I saw you in the Book Centre," Nandira continued. "You were looking at a book."
"That's right," said Mma Ramotswe. (b) "*I was thinking of buying a book."*

“Then you asked Mma Baptise about me,” Nandira said quietly. “She’s that trader. She told me that you were asking about me.” <…> «So why are you following me?” said Nandira, turning in her seat to stare at Mma Ramotswe.

(c) *Mma Ramotswe thought quickly. There was no point in denying it, and she may as well try to make the most of the difficult situation. So she told Nandira about her father’s anxieties and how he had approached her* (McCall Smith, p. 117-118).

Ситуація, в якій розгортається цей діалог, така: приватний детектив (жінка) стежить за дівчиною; раптом остання звертається до детектива із запитанням, чому її переслідують. Детектив спочатку говорить неправду, прикриваючись вигаданими приводами (a, b), але згодом під вагою фактів, вимушена сказати правду (c). Оскільки розвиток ситуації є для неї несподіваним, вона не знає, коли саме дівчина помітила, що за нею стежать, і, відповідно, що їй відомо. Отже, детектив має швидко оцінювати зміни в ситуації *(Mma Ramotswe thought quickly)* для того, щоб переконливо відповісти на запитання співрозмовниці та у кінцевому рахунку навіть використати своє викриття для того, щоб завоювати її довіру. Цей приклад свідчить про те, що смисл НВ доцільно розглядати з позицій конекціоністського підходу як емерджентну динамічну сутність, що формується у режимі поточного часу і є специфічною для кожної окремої ситуації.

Окрім того, динамізм неправди є тілесно орієнтованим, як то наголошує когнітивна семантика 1990-х р.р. Покажемо це на такому прикладі:

“Did you grow up in Long Island?”

“<u>Connecticut</u>.”

(a) *“Really? Where?”*

I was just making conversation, (b) *but her smile flickered, as if the question unnerved her.*

(c) *“Uh, northern Connecticut. The New England part.* (d) *I went to a very prestigious girls’ boarding school up there.”*

(e) *She reached into her mouth, removed a wad of gray gum, and stuck it on the Limoges saucer.* (f) *I was tempted to ask if that was something she’d learned at boarding school.*

Instead, I said, (g) *“How did you end up on Long Island?”*

(h) *“I moved up to the New York area after I went to college.* (i) *That was also in New England.”*

“Oh, really? (j) *What school?”*

(k) *“Vassar.”*

(l) *My eyebrows shot up. I immediately pulled them back into place. <…>* (m) *There were so many things here that weren’t adding up that I wished I’d brought along a calculator.* (n) *I was reminded of that children’s game, “What’s wrong with this picture?”* (o) *The fact that Vassar was located in Poughkeepsie, New York, not even close to New England, was just the beginning* (Baxter, p. 140-141).

Спочатку жінка, від особи якої ведеться розповідь, розпитує свою співрозмовницю про життя виключно з метою підтримати бесіду (a). Проте невербальні сигнали, що видають незадоволення останньої, – вимушена усмішка (b) (*her smile flickered, as if the question unnerved her*), затримка з відповіддю на елементарне запитання, яке зазвичай не вимагає напруження пам’яті

(c) *(Uh*), а далі й невідповідність інформації, що вона її надає про своє навчання у престижному навчальному закладі (d) *(I went to a very prestigious girls' boarding school up there*) її зовсім не вишуканим манерам (e) *(She reached into her mouth, removed a wad of gray gum, and stuck it on the Limoges saucer*) – наводять ініціатора діалогу на думку, що її співрозмовниця говорить неправду, про що свідчить іронічна тональність її внутрішнього мовлення (f) *(I was tempted to ask if that was something she'd learned at boarding school*). Її підозра (j) переростає в упевненість, коли співрозмовниця припускається грубої помилки, що стосується місцезнаходження школи, де вона нібито навчалася (k) (*Vassar)*, та яка є очевидною для ініціатора діалогу (m) (*There were so many things here that weren't adding up that I wished I'd brought along a calculator*), (n) *I was reminded of that children's game, "What's wrong with this picture?"*). Упевненість жінки, від особи якої ведеться розповідь, у тому, що їй кажуть неправду, експлікується у метадискурсивному коментарі (o), де зазначається, що коледж Вассар знаходиться не у Новій Англії, а у штаті Нью-Йорк. Цей приклад свідчить про те, що неправді притаманний не тільки динамізм, але й тілесність, яка виявляється у тісному зв'язку НВ з невербальними виявами обману.

Нарешті, проілюструємо, як неправда, яка залишається нерозкритою протягом тривалого часу, може істотно змінювати життя людей, тобто їхній життєвий світ.

"Although," I said, picking up one of the photos of him with us, "he always was our dad. Even if we didn't call him that. He was always-" But I couldn't go on.

Only now did I look up and see that Janice was crying, too, although she was wiping away her tears angrily, not wanting Umberto to have that satisfaction. "What a scumbag!" she said. "Forcing us to live his lie all these years. And now suddenly-" She broke off with a grunt, as the wine cork broke in half.

"Well," I said, "at least it explains why he knew about the golden statue. He obviously got all that from Mom. And if they really were… you know, together, he must have known about the box of papers in the bank as well. Which explains why he would write a fake letter to me from Aunt Rose, telling me to go to Siena and speak to Presidente Maconi in Palazzo Tolomei in the first place. He obviously got that name from Mom" (Fortier, p.277-78).

У наведеному фрагменті дві сестри дізнаються після смерті дворецького, що він насправді був їхнім батьком, але це не єдина неправда, до якої він удався. Уважаючи за неможливе сказати своїм дочкам правду про їхнє походження, він написав перед смертю одній із них письмо нібито від її померлої тітки (неправда тут трансдукована у письмовий модус), щоб вона поїхала до Сієни, оскільки він знав, що дівчина там довідається про своє походження та спадок сама. У цій ситуації суб'єкт дискурсивної діяльності, який володіє знанням (що є владою), застосовує його для того, щоб контролювати життя інших та змінити їх життєвий світ своїм втручанням.

Вище було розглянуто лише ситуації, учасниками яких є індивідуальні суб'єкти. Зазначимо, що природа неправди змінюється, коли спілкування переходить у площину колективної комунікації. У суспільному контексті неправда модифікується, стає ще більш розосередженою, охоплюючи цілі спільноти. Розгляд питань, яким чином НВ як індивідуальна дискурсивна дія стає соціальною практикою та якими можуть бути інституційні наслідки НВ для конструювання глобального соціального

контексту, однак, є окремим напрямом дослідження неправди, який виходить за межі завдань, що їх було поставлено у цьому дослідженні.

Вищевикладене підтверджує висновок про взаємозалежність та взаємозумовленість мови та широкого екологічного контексту. Зміст мовних одиниць формується під впливом сукупності контекстних чинників – відношень між знаками семіотичних систем (одно- або різнорідних), між знаками та матеріальною дійсністю, між знаками та користувачами, соціокультурним та когнітивним світом останніх. Соціокультурні та когнітивні фактори завжди чинять свій вплив на дискурс як первинну даність мови. Урахування усієї сукупності чинників, що є релевантними для смислотворення, потребує, поряд із традиційними (статичними і мономодальними) підходами, енактивістського – динамічного, ситуаційного, мультимодального, екологічного – підходу до вивчення процесу конструювання значення мовного знака у середовищі його застосування, що передбачає поєднання настанов соціокультурного та когнітивного напрямів еколінгвістики у межах динамічно зорієнтованої когнітивно-дискурсивної еколінгвістики.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Арутюнова Н.Д. Наивные размышления о наивной картине языка / Н.Д. Арутюнова // Язык о языке / Под ред. Н.Д.Арутюновой. – М.: Языки русской культуры, 2000. – С. 7-22.
2. Бернацкая А.А. О трех аспектах экологии языка / А.А. Бернацкая // Вестник КрасГУ, Гуманитарные науки. – 2003. – № 4. – С.32-38.
3. Жуковська В.В. Еколінгвістика: становлення та основні напрями досліджень / В.В. Жуковська, Н.О. Деркач // Науковий вісник Волинського нац. ун-ту ім. Лесі Українки. Сер. Філологічні науки. – 2011. – Ч.1. – С. 66–70.
4. Кислицына Н.Н. Эколингвистика новое направление в языкознании / Н.Н. Кислицына // Культура народов Причерноморья. – 2003. – № 37. – С. 42–45.
5. Князева Е.Н. Энактивизм: концептуальный поворот в эпистемологии / Елена Николаевна Князева // Вопросы философии. – 2013 – № 10. – С. 91-104.
6. Кравченко А.В. Два взгляда на экологию языка и экологическую лингвистику / Александр Владимирович Кравченко // Экология языка и коммуникативная практика. – 2014. – № 2. – С. 90–99.
7. Кушнина Л.В. Экология перевода: культура vs природа: материалы международной научно-практической конференции. – Тюмень: Изд-во ТюмГУ, 2010. – С. 39-43.
8. Нуждак Л.В. Теоретичні здобутки в галузі еколінгвістики / Л.В. Нуждак // Лінгвістичні дослідження: Зб. наук. пр. ХНПУ ім. Г.С. Сковороди. – 2013. – Вип. 36. – С. 206–209.
9. Полухин А.А. Современное языкознание и экологическое мышление / А.А. Полухин // Опыты-2008: Сб. науч. работ преподавателей и студентов ф- филологии: Научное издание / Сост. Н.М. Димитрова. – СПб: РИО ГПА, 2009. – С. 65–73.
10. Пылаева Е.М. Эколингвистика как новое направление в языкознании XXI века / Е.М. Пылаева // Вестник Пермского нац. исследовательского политехнического ун-та. Проблемы языкознания и педагогики. – 2011. – № 5. – С. 106–113.
11. Розмаріца І.О. Лінгвокогнітивні особливості комунікації у сфері екології: автореф. Дис. на здобуття наук. ступеня канд. . філол. . наук: спец. 10.02.04 «Германські мови» / І.О. Розмаріца. – Київ, 2004. – 15 с.
12. Суховерхов А.В. Экологический поход в исследовании языка, коммуникации и познания / А.В. Суховерхов // Вестник Томского гос. Ун-та. Сер. Философия. Социология. Политология. – 2013. – №4 (24). – С. 48–54.

13. Троц Е.В. Лингвистическая экология: к определению понятий / Е.В. Троц // Матер. Міжнар. наук. конфер. «Слово і речення: синтактика, семантика, прагматика». – К., 10-12 жовтня 2013. – С. 276–278.
14. Шульган О. Соціолінгвістика й еколінгвістика: точки перетину в ойконімії України XX століття / Ольга Шульган // Мова і суспільство. – 2014. – Вип. 5. – С. 23-27.
15. Эколингвистика: теория, проблемы, методы: Межвуз. сб. науч. тр. / Под ред. А.М. Молодкина. – Саратов: Научная книга, 2003. – 329 с.
16. Couto (do) H.H. Ecological approaches in linguistics: a historical overview / Hildo Honório do Couto // Language Sciences. 2014. – Vol.41, Part A. – P. 122-128.
17. Cowley S.J. Bio-ecology and language: a necessary unity // Stephen J. Cowley // Language Sciences. – 2013. – No 41. – P.6–25.
18. Fill A. Ecolinguistics – State of the Art / A.Fill // AAA: Arbeiten aus Anglistik und Amerikanistik. – 1998. – Vol. 23, No. 1. – P. 3–16.
19. Fill A. Editorial: The ecology of language and the ecology of science / A. Fill, S.V. Steffensen // Language Sciences. – 2014. – No 41. – P.1-5.
20. Halliday M.A.K. New Ways of Meaning: the challenge to applied linguistics / M.A.K. Halliday // Ed. by A. Fill, P. Mühlhäusler. The Ecolinguistics Reader: Language, Ecology and Environment Continuum. – L., N.Y. : Continuum, 2001. – P. 175–202. (Reprint of Halliday 1990).
21. Harré R. Greenspeak: a study of environmental discourse / Rom Harré, Jens Brockmeier, Peter Mühlhäusler. – Thousand Oaks (CA): Sage, 1999. – 204 p.
22. Haugen E. The Ecology of Language / E. Haugen. – Stanford, CA : Stanford University Press, 1972. – 488 p.
23. Steffensen S.V. Ecolinguistics: the state of the art and future horizons / S.V. Steffensen, A. Fill // Language Sciences. – 2014. – No 41. – P.6–25.
24. Stibbe A. Ecolinguistics and globalization / A. Stibbe // The Handbook of Language and Globalization / Ed. by N. Coupland. – Wiley-Blackwell, Chichester, 2012. – P.406-425.
25. Stibbe A. An ecolinguistic approach to critical discourse studies / A. Stibbe // Critical Discourse Studies. – 2014. – Vol.11, Iss.1. – P.117–128.

Стаття надійшла до редколегії 8 жовтня 2015 р.

O. Morozova, Dr. Sc. (Philol.), Prof.
V.N. Karazin Kharkiv National University, Kharkiv

ECOLOGICAL APPROACH TO ANALYZING DECEPTIVE UTTERANCES

This paper gives an overview of the work to date in the field of ecolinguistics and sheds light on one of its recent strains – cognitive ecolinguistics – by considering the specificity of sense-making in utterances with the help of which the speaker attempts to deceive his / her communicative partner. It is argued that the enactive cognitive approach to analysing the content of deceptive utterances emphasizes the importance of dynamicism, embodiment, and situatedness, and thus agrees with the general methodological principle of ecologism.

Keywords: *cognitive ecolinguistics, deceptive utterance, dynamicism, ecolinguistics, embodiment, enactive cognitive approach, situatedness.*

Е. Морозова, д. филол. н., проф.
Харьковский национальный университет имени В.Н. Каразина, г. Харьков

ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ПОХОД К АНАЛИЗУ ЛЖИВЫХ ВЫСКАЗЫВАНИЙ

В статье представлен обзор современной эколингвистики, а также охарактеризовано ее новое направление – когнитивная эколингвистика – путем рассмотрения особенностей формирования смысла высказываний, посредством которых говорящий намеревается ввести собеседника в заблуждение. Доказано, что энактивный когнитивный подход к объяснению смысла лживых высказываний, который акцентирует роль динамизма, телесности и ситуационности, соответствует общеметодологической установке экологизма.

Ключевые слова: *динамизм, когнитивная эколингвистика, лживое высказывание, ситуационность, телесность, эколингвистика, энактивный когнитивный подход.*

УДК 81.42 : 165.194 : 087.5

Наконечна Ю. С., к. філол. н., асист.,
Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ

МОВНІ ЗАСОБИ ВИРАЖЕННЯ КОНЦЕПТУ MUSIC У ФОЛЬКЛОРНОМУ І СУЧАСНОМУ ВІРШОВАНОМУ ДИСКУРСІ ДЛЯ ДІТЕЙ

Статтю присвячено мовним засобам вираження концепту MUSIC у фольклорному і сучасному англомовному віршованому дискурсі для дітей. Засоби вербалізації концепту слугують відображенням специфіки дискурсу та віддзеркалення у ньому явищ культури у діахронічному аспекті його розвитку.

Ключові слова: *мовні засоби, концепт MUSIC, віршований дискурс для дітей.*

В останні десятиліття спостерігається все зростаюче зацікавлення лінгвістів вивченням різних типів дискурсів. Сформувались окремі напрями досліджень, розроблена типологія дискурсу, яка базується на різноманітних принципах класифікації, саме поняття *дискурс* набуло множинності смислів. Так, з'ясуванням суті поняття «дискурс», описом його лінгвістичних особливостей і характеротворчих ознак та виокремленням основних категорій займались Т. ван Дайк, Дж. Ліч, Д. Шиффрин, Д. Хаймс, Н. Д. Арутюнова, Г. Г. Почепцов, В. З. Дем'янков, Ю. С. Степанов, В. І. Карасик, Л. М. Макаров [1; 2; 6; 7; 9; 10; 11; 13; 14; 15; 39]. Типології дискурсу розробляли Т. ван Дайк; В. І. Карасик; А. Н. Кожин, О. А. Крилова, В. В. Одинцов; В. В. Красних; А. Д. Бєлова; І. С. Шевченко, О. І. Морозова; О. Й. Шейгал та інші [1; 4; 5; 9; 10; 39].

Актуальність цієї статті обумовлюється потребою дослідження віршованого дискурсу для дітей – одного із найменш вивчених на даний момент – необхідністю розуміння його специфіки та категоризації тематичного змісту з метою верифікації напрямів розвитку.

Об'єктом дослідження є фольклорний і сучасний американський віршований дискурс для дітей, а **предметом** вивчення – засоби вербалізації у ньому концепту MUSIC.

Мета цієї статті – дослідити мовні засоби вираження концепту MUSIC у фольклорному і сучасному віршованому дискурсі для дітей як відображення специфіки дискурсу та віддзеркалення у ньому явищ культури у діахронічному аспекті його розвитку.

Матеріалом дослідження послугували англомовні фольклорні твори кількістю 10301 поетичний рядок (131035 друкованих знаків) та авторські вірші у переважній кількості американського поета Джека Прелуцького, а також Мері Ен Хобермен, Дугласа Флоріана та Лізи Вестберг Петерс обсягом 12657 поетичних рядків (289706 друкованих знаків). Джерелом фольклорних віршів є найвідоміші британські та американські народні твори у множинності їх варіантів, зібрані британськими дослідниками Іоною та Пітером Оупі у праці «*The Oxford Dictionary of Nursery Rhymes*», а також збірки фольклорних творів Дж. О. Гелівела «*The Nursery Rhymes of England*» і «*Popular Rhymes and Nursery Tales of England*», Дж. Ф. Нортхола «*English Folk-Rhymes*» та низка інтернет-джерел.

Як свідчить попередній аналіз [12], концепт **MUSIC** у **фольклорному** віршованому дискурсі для дітей можна графічно представити фрейм-структурою, що вміщує термінали *Talent for Music, Musicians, Sounds* і *Musical Instruments* з однойменними слотами (див. рис. 1). Розглянемо вербалізацію кожного слота у дискурсі.

Так, словосполучення *took up a fiddle, struck up a bit of a jig* вербалізують уміння ліричного героя грати на музичному інструменті – скрипці (*fiddle*): *The cat sat asleep by the side of the fire, / The mistress snored loud as a pig; / Jack took up his fiddle by Jenny's desire, / And struck up a bit of a jig* [16]. Лексема *fiddle* належить до розмовного шару лексики і позначає музичний інструмент скрипку.

Лексема *fiddler* вербалізує фігуру музиканта, який грає на скрипці: *Old King Cole / Was a merry old soul, / And a merry old soul was he; / He called for his pipe, / And he called for his bowl, / And he called for his fiddlers three. / Each fiddler, he had a fiddle, / And a very fine fiddle had he; / Twee-tweedle-dee, tweedle-dee, went the fiddlers, / Oh, there's none so rare, / As can compare / With old King Cole and his fiddlers three!* [24]. У контексті твору лексема *fiddler* набуває культурно-історичної конотації і позначає реалію монархічної

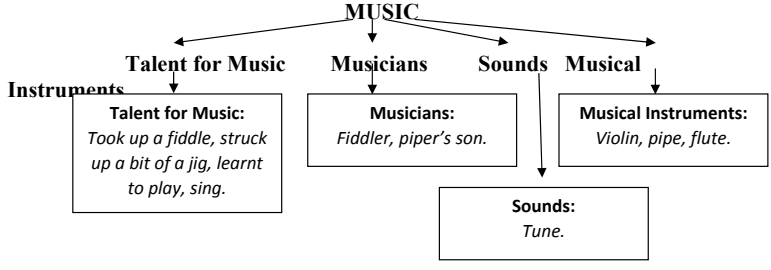


Рис. 1. Концепт MUSIC у фольклорному віршованому дискурсі для дітей.

Англії_– королівського скрипаля. Вислів «*Twee-tweedle-dee, tweedle-dee*» є звуконаслідуванням гри на скрипці. Кінцівка твору «*Oh, there's none so rare, / As can compare / With old King Cole and his fiddlers three!*» передає неперевершену гру музикантів.

Конструкція *learnt to play* представляє музичні вміння як те, чому треба вчитись: *Tom, he was a piper's son, / He learnt to play when he was young, / And all the tune that he could play / Was, "Over the hills and far away"; / Over the hills and a great way off, / The wind shall blow my top-knot off* [16]. Словосполучення *piper's son* вербалізує музикальність як характерну рису сім'ї, коли син іде стопами батька і вчиться грі на музичному інструменті. Вислів *"Over the hills and far away"* є назвою традиційної англійської пісні про нещасливе кохання, яка датується XVII століттям.

У **сучасному** американському віршованому дискурсі для дітей концепт **MUSIC** представимо фрейм-структурою, що вміщує термінали *Talent for Music, Sounds* і *Musical Instruments* з однойменними слотами (див. рис. 2). Розглянемо вербалізацію їх у дискурсі.

Словосполучення *play the violin* експлікує уміння гри на скрипці. На відміну від фольклорного, у сучасному американському віршованому дискурсі для дітей репрезентація цього навику набуває іронічного відтінку. Гра на скрипці описується як надзвичайно дратівливий звук: *It was a sound, an awful sound, / a sound both sharp and flat, / and high and low and screechy, / like the shrieking of a cat. / It was a scratchy scrapy sound, / it sank into my skin, / that sound my sister made today – / she plays the violin* [32]. Словосполучення *an awful sound, both sharp and flat, high and low, screechy like the shrieking of a cat, scratchy scrapy sound* описують якість звуку, який лунає упродовж сестриної гри. Порівняльна конструкція *screechy like the shrieking of a cat* співвідносить гру на скрипці із вереском кота.

Вербалізація музичних здібностей також відображає іронічне світосприйняття: *I'm certain I sing like an angel, / I have a mellifluous voice, / the moment I open my musical mouth, / the multitudes ought to rejoice. / I croon with melodic precision / in tones*

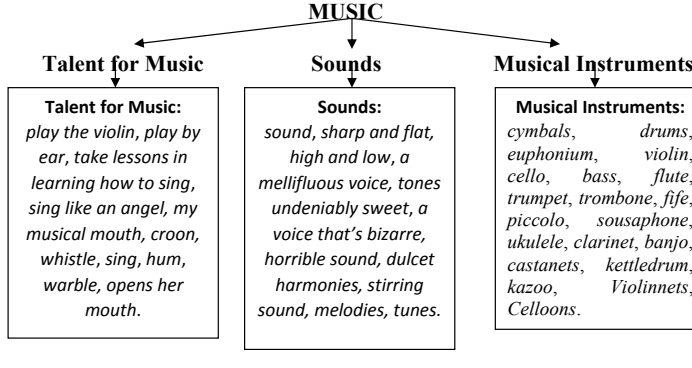


Рис. 2. Концепт MUSIC у сучасному американському віршованому дискурсі для дітей.

undeniably sweet, / I wonder why people throw water at me / whenever I sing in the street [36]. Словосполучення *sing like an angel* (співати, як янгол), *a mellifluous voice* (мелодійний голос), *my musical mouth* («музичний» рот), *croon* (співати тихо і проникливо), *tones undeniably sweet* (беззаперечно солодкі тони) мають позитивну конотацію і дають характеристику співу ліричного героя. Заключні дві строфи «*I wonder why people throw water at me / whenever I sing in the street*» створюють ефект обманутих очікувань, описуючи негативну реакцію слухачів. Уживання висловлювань із протилежним вектором оцінки віддзеркалює особливості іронічного мислення авторів сучасного американського віршованого дискурсу для дітей.

Реакція оточуючих виражається накопиченням у творі гіпербол: *windowpanes shatter and chefs spoil the batter* (розбиваються шибки, шеф-кухарі псують тісто), *mannequins moan with dismay* (манекени стогнуть у розпачі), *mighty ships run aground* (могутні кораблі йдуть на дно), *pretty pictures fall out of their frames* (красиві картини випадають із рамок), *trees drop off their branches* (з дерев опадає гілля), *rocks start avalanches* (у горах починаються лавини), *flower beds burst into flames* (клумби спалахують полум'ям) та інші, наприклад: *Euphonica Jarre has a voice that's bizarre, / but Euphonica warbles all day, / as windowpanes shatter and chefs spoil the batter / and mannequins moan with dismay. / Mighty ships run aground at her horrible sound, / pretty pictures fall out of their frames, / trees drop off their branches, / rocks start avalanches, / and flower beds burst into flames. / When she opens her mouth, even eagles head south, / little fish truly wish they could drown, / the buzzards all hover, as tigers take cover, / and rats pack their bags and leave town. / Milk turns into butter and butterflies mutter / and bees look for something to sting, / pigs peel off their skins, a tornado begins / when Euphonica Jarre starts to sing* [34]. Прикметник *bizarre* характеризує голос ліричної героїні як дуже дивний і незвичайний – «*very strange or unusual*» [28]. Дієслово *warble* (співати) експлікує манеру виконання музичного твору – виводити трелі: «*a trilling or quavering voice*» [28].

Звучання музичних інструментів викликає позитивні емоції: *I love when someone whistles, / when someone sings or hums. / I love the clash of cymbals, / the rump-a-tump of drums. / I love to hear a violin, / a cello, or a bass. / When someone toots a flute, / a smile illuminates my face. / I love the sound of trumpets, / of mellow slide trombones, / of high-pitched fifes and piccolos, / and booming sousaphones. / There hardly is a better way / to spend an afternoon, / than listening intently / to an oboe or bassoon. / I love a ukulele, / The blare of big brass bands, / And when I hear a clarinet, / I have to clap my hands. / A banjo or a tambourine / Can fill me with delight – / If you think I love music, / I think you may be right* [33]. Лексеми *whistles, sings, hums* є вербальними репрезентаціями музики, яку створює людина.

Фантазія автора співвідносить музику з природою, в результаті чого утворюються дивні поєднання природних явищ і музичних інструментів, таких, наприклад, як симбіози інструментів і пташок: *The Violinnets and Celloons / are birds designed to play / a medley of engaging tunes / for hours and hours a day. / Their music carries on the breeze / and drifts across the lake… / you'll love the dulcet harmonies / these virtuosi make. / You'll love the way their stirring sound / will waft into your ears. / Their melodies are so profound,*

/ you may be moved to tears. / Don't wait another minute, / call and place your order soon / for a graceful Violinnet, / and an elegant Celloon [33]. Лексеми *Violinnets* і *Celloons* є авторськими неологізмами, утвореними шляхом деривації від основ *violin* та *cello*, які позначають музичні інструменти – скрипку і віолончель відповідно. Словосполучення *dulcet harmonies, stirring sound* характеризують відмінну гру пташок-інструментів.

Зв'язок музики і природи прослідковується в оксиморонних словосполученнях – авторських поєднаннях номінацій інструментів з атрибутикою рослин, у результаті чого виникають такі сполучення: *euphonium bushes* (кущі тенорних туб), *piccolo shoots* (пагони малої флейти), *tubas and tambourines flourish* (туби і бубони пишно ростуть), *saxophone reeds* (зарості саксофона), *plant trombones and pianos* (саджати тромбон і піаніно), *sowing sweet sousaphone seeds* (сіяти солодкі зерна сузафона) та інші. Наприклад: *I am growing a glorious garden, / resplendent with trumpets and flutes, / I am pruning euphonium bushes, / I am watering piccolo shoots, / my tubas and tambourines flourish, / surrounded by saxophone reeds, / I am planting trombones and pianos, / and sowing sweet sousaphone seeds. / I have cymbals galore in my garden, / staid oboes in orderly rows, / there are flowering fifes and violas / in the glade where the glockenspiel grows, / there are gongs and guitars in abundance, / there are violins high on the vine, / and an arbor of harps by the bower / where the cellos and clarinets twine. / My bassoons are beginning to blossom, / as my zithers and mandolins bloom, / my castanets happily chatter, / my kettledrums merrily boom, / the banjos that branch by the bugles / play counterpoint with a kazoo, / come visit my glorious garden / and hear it play music for you* [36].

Отже, з викладеного вище аналізу видно, що концепт MUSIC у віршованому дискурсі для дітей вербалізується словами і словосполученнями на позначення музичних талантів, номінацій музикантів, звуків та інструментів. У фольклорному віршованому дискурсі для дітей представлені лексичні одиниці відображають реалістичну картину світу англомовної спільноти – музику як явище культури, яка слугує засобом розваги інших (*took up a fiddle, struck up a bit of a jig*), професією і вмінням, що передається, як сімейний спадок, від батьків до дітей (*learnt to play, piper's son*). У сучасному американському віршованому дискурсі для дітей мовні засоби вираження концепту MUSIC представлені широким рядом номінацій музичних інструментів (*Violinnets, Celloons*), звуків (*sound, melodies, tunes*), музичних умінь (*whistle*, *sing*, *hum*, *warble*) та авторських оксиморонних словосполучень на позначення зв'язку музики і природи (*euphonium bushes, piccolo shoots, tubas and tambourines flourish, plant trombones and pianos*), які відображають гіперболічно-іронічне сприйняття дійсності.

Перспективним напрямком подальших досліджень вважаємо порівняльний аналіз сучасного авторського віршованого дискурсу для дітей різних англомовних країн.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антология концептов : [ред. В.И. Карасик, И.А. Стернин]. – Т. 3. – Волгоград : Парадигма, 2006. – 381 с.
2. Арутюнова Н. Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь : [гл. ред. В.Н. Ярцева]. – М. : Сов. энциклопедия, 1990. – 685 с.

3. Белова А. Д. Лингвистические аспекты аргументации [Текст] / А. Д. Белова ; отв. ред. А. И. Чередниченко ; Киевский ун-т им. Т.Шевченко. – К. : [б.в.], 1997. – 311 с.
4. Белова А. Д. Языковые картины мира в рамках когнитивно-дискурсивной парадигмы [Електронний ресурс] / А. Д. Белова // Культура народов Причерноморья. – Т. 29. – Режим доступу : http://elib.crimea.edu/index.php?option=com_content&task=view&id=51.
5. Бєлова А. Д. Поняття «стиль», «жанр», «дискурс», «текст» у сучасній лінгвістиці / А. Д. Бєлова // Германське мовознавство. – 2002. – № 32. – С. 11 – 14.
6. Демьянков В. З. «Теория речевых актов» в контексте современной зарубежной лингвистической литературы / В. З. Демьянков // Новое в зарубежной лингвистике. – Теория речевых актов. – М. : Прогресс, 1986. – Вып. 17. – С. 223 – 234. – Режим доступу : http://www.infolex.ru/P036.html.
7. Демьянков В. З. Понятие и концепт в художественной литературе и в научном языке [Електронний ресурс] / В. З. Демьянков. – Режим доступу : http://www.infolex.ru/Concept.html.
8. Карасик В. И. О типах дискурса // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс: Сб. науч. тр. Волгоград: Перемена, 2000. С. 5-20.
9. Карасик В. И., Слышкин Г. Г. Лингвокультурный концепт как элемент языкового сознания [Електронний ресурс] / В. И. Карасик, Г. Г. Слышкин // Методология современной психолингвистики : Сборник статей. – Москва; Барнаул : Изд-во Алт. ун-та, 2003. – Режим доступу : http://psycholing.narod.ru/monograf/karasik-psy-hrest.htm.
10. Карасик В. И. Языковой круг : личность, концепты, дискурс : [монография] / Владимир Ильич Карасик. – Волгоград : Перемена, 2002. – 477 с.
11. Макаров М. Л. Основы теории дискурса [Електронний ресурс] / Михаил Львович Макаров. – М. : Гнозис, 2003. – 277 с. – Режим доступу : http://www.twirpx.com/file/180571.
12. Наконечна Ю. С. Мовні засоби концептуалізації світу в англомовних віршованих творах для дітей : дис. канд. філол. наук : 10.02.04 / Юлія Сергіївна Наконечна. – Київ, 2012. – 255 с.
13. Почепцов Г. Г. Предложение / И. П. Иванова, В. В. Бурлакова, Г. Г. Почепцов // Теоретическая грамматика современного английского языка. – М. : Высшая школа, 1981. – С. 164 – 281.
14. Степанов Ю. С. Альтернативный мир, дискурс, факт и принцип причинности [Електронний ресурс] / Юрий Сергеевич Степанов // Язык и наука конца XX века : Сб. статей. – М.: РГГУ, 1995. – С. 35 – 73. – Режим доступу : http://philologos.narod.ru/ling/stepanov.htm.
15. Степанов Ю. С. Константы. Словарь русской культуры. Опыт исследования / Ю. С. Степанов. – М. : Школа «Языки русской культуры», 1996. – 288 с.
16. Стихи Матушки Гусыни : [сборник / составл. К Н. Атаровой]. – На англ. и русск. яз. – М. : ОАО Издательство «Радуга», 2003. – 384 с.
17. Шевченко Л. О. Механізми формування та осмислення художніх образів у поетичному тексті у термінах лінгвокультурного підходу / Л. О. Шевченко // Мовні і концептуальні картини світу: [зб. наук. праць]. – Вип. 14. Кн. 1. – С. 244 – 247.
18. Florian D. Summersaults / by Douglas Florian. – Greenwillow Books. An Imprint of HarperCollinsPublishers, 2002. – 48 p.
19. Halliwell J. O. Popular Rhymes and Nursery Tales [Електронний ресурс] – London : Bodley Head, 1970. – Режим доступу : http://www.gutenberg.org/files/35707/35707-h/35707-h.htm.
20. Halliwell J. O. The Nursery Rhymes of England collected chiefly from oral tradition [Електронний ресурс] – 5th ed. – London : Bodley Head, 1970. – Режим доступу : http://www.presscom.co.uk/nursery/nurscont2.html.

21. Hoberman M. A. The Llama Who Had No Pajama / by Mary Ann Hoberman. – Boston : Sandpiper, an imprint of Houghton Mifflin Harcourt Publishing Company, 1998. – 66 p.
22. Hoberman M. A. The Llama Who Had No Pajama / by Mary Ann Hoberman. – Boston : Sandpiper, an imprint of Houghton Mifflin Harcourt Publishing Company, 1998. – 66 p.
23. Hoberman M.A. You Read to Me, I'll Read to You : very short fairy tales to read together / by Mary Ann Hoberman ; illustrated by Michael Emberly. – 1st ed. – Boston : Megan Tinkley Books, 2004. – 32 p.
24. Mother Goose Rhymes [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://www.fidella.com/trmg/title.html.
25. Mother Goose Rhymes [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://www.rhymes.org.uk/
26. Mother Goose Rhymes [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://www3.amherst.edu/~rjyanco94/literature/mothergoose/rhymes/menu.html
27. Northall G. F. English Folk Rhymes : a collection of traditional verses relating to places and persons, customs, superstitions, etc. [Електронний ресурс] – London : Kegan Paul, 1982. – Режим доступу : http://books.google.com.ua/books?id=5oK7fcOPnzMC&pg=PP9&lpg=PP9&dq=Halliwell+English+Folkrhymes&source=bl&ots=q8_8PItT8n&sig=kQ9Ie2kJb9MVOKuCFkLU37aAf5o&hl=ru#v=onepage&q=Halliwell%20English%20Folk-rhymes&f=false.
28. Oxford Dictionaries [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://oxforddictionaries.com.
29. Peters L.W. Sleepyhead Bear / by Lisa Westberg Peters. – Greenwillow Books. An Imprint of HarperCollinsPublishers, 2006. – 32 p.
30. Prelutsky J. A Pizza the size of the Sun / by Jack Prelutsky. – N.Y. : Scholastic Inc., 1997. – 159 p.
31. Prelutsky J. If Not for the Cat / by Jack Prelutsky. – N.Y. : Scholastic Inc., 2004. – 40 p.
32. Prelutsky J. It's Raining Pigs and Noodles / by Jack Prelutsky. – N.Y. : Scholastic Inc., 2001. – 159 p.
33. Prelutsky J. My Dog May Be a Genius / by Jack Prelutsky. – N.Y. : Scholastic Inc., 2008. – 160 p.
34. Prelutsky J. Pizza, Pigs, and Poetry / by Jack Prelutsky. – Greenwillow Books. An Imprint of HarperCollinsPublishers, 2008. – 192 p.
35. Prelutsky J. Ride a Purple Pelican / by Jack Prelutsky. – N.Y. : Greenwillow Books. – 1986. – 64 p.
36. Prelutsky J. Something BIG Has Been Here / by Jack Prelutsky ; illustrated by James Stevenson. – N.Y. : Scholastic Inc., 1992. – 160 p.
37. Prelutsky J. The Frogs Wore Red Suspenders / Jack Prelutsky. – Greenwillow Books. An Imprint of HarperCollinsPublishers, 2002. – 63 p.
38. Prelutsky J. Tyrannosaurus Was a Beast / by Jack Prelutsky ; illustrated by Arnold Lobel. – N.Y. : Scholastic Inc., 1988. – 29 p.
39. Van Dijk T. A. Introduction : What is critical discourse analysis? [Електронний ресурс] / T. A. Van Dijk // Critical Discourse Analysis. – Режим доступу : www.discourses.org/OldArticles/Critical%20discourse%20analysis.pdf.

Стаття надійшла до редакції 15.10.2015 р.

Наконечная Ю. С., к. филол. н., ассист.,
Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, г. Киев

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ КОНЦЕПТА MUSIC В ФОЛЬКЛОРНОМ И СОВРЕМЕННОМ АВТОРСКОМ СТИХОТВОРНОМ ДИСКУРСЕ ДЛЯ ДЕТЕЙ

Статья посвящена языковым средствам выражения концепта MUSIC в фольклорном и современном авторском стихотворном дискурсе для детей. Средства вербализации концепта служат отражением специфики дискурса и явлений культуры, представленных в нем в диахроническом аспекте его развития.

***Ключевые слова**: языковые средства, концепт MUSIC, стихотворный дискурс для детей.*

Y. S. Nakonechna, Ph.D. (Philol.Sc.), Assistant professor,
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

LANGUAGE MEANS OF THE EXPRESSION OF THE CONCEPT MUSIC IN BRITISH AND AMERICAN VERSIFIED DISCOURSE FOR CHILDREN

The article is devoted to language means of the concept MUSIC in British and American versified discourse for children. The means of the verbalisation of the concept represent the specifics of the discourse under study and the evolution of cultural phenomena reflected in it.

***Keywords**: language means, the concept of MUSIC, versified discourse for children.*

УДК 811.111

Орлова В.В., асист., к.філол.н.,
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ЖАНРОТВІРНІ РИСИ МІКРОБЛОГІНГУ

У статті розглядаються структурно-організаційні елементи спілкування в мікроблогах, які відрізняють їх від інших жанрів інтернет-комунікації. Описуються загальні механізми взаємодії комунікантів у мікроблогах Tumblr та Twitter. Звертається особлива увага на лексичні одиниці, в яких відбувається розширення денотативного значення або семантичний зсув, що є однією із жанротвірних характеристик комунікації в мікроблогах.

***Ключові слова:** мікроблог, інтернет-жанр, прагматика, парафеміка, розширення денотативного значення.*

Зміна настанов та цілей сучасного суспільства впливає на вибір об'єкту дослідження, саме тому лінгвістика XXI століття звертається до вивчення нових мовленнєвих жанрів, зокрема інтернет-жінрів. Найбільш прогресивним і революційним засобом спілкування в мережі є мікроблог Twitter (з англ. *twit* – щебетати, теревенити). З самого початку Twitter було розроблено як платформу, яка дала б змогу

друзям постійно обмінюватись повідомленнями, які відповідали б на одне запитання: «*What's happening*?», як і було зазначено на сторінці користувача над полем для введення повідомлення. З часом напис було змінено на «*Compose new Tweet*». Отже, первинна функція повідомлення – це сповіщення про те, чим в даний момент займається користувач.

Для того щоб розпочати користуватися Twitter, потрібно, як і в інших соціальних мережах, вказати особисті дані: повне ім'я, яке за бажанням користувача можна приховати від інших, та псевдонім (*username*), який відображається іншим користувачам. За бажанням комуніканти можуть надати більш детальну інформацію про себе. Таким чином, мікроблог не вимагає від користувачів надавати розгорнуту та правдиву інформацію про себе, як наслідок, Twitter дозволяє зберегти анонімність спілкування в мережі, що є однією із важливих засад такого спілкування.

Зазвичай користувачі створюють повідомлення з метою поділяться стислою новиною, дати гіперпосилання на інший сайт або просто сповістити співрозмовників про стан справ. Більшість сайтів пропонують можливість «поділитися» інформацією, розміщеною на їхньому порталі, в Twitter. Натиснувши на зображення логотипа сайту, на сторінці користувача можна автоматично згенерувати повідомлення, яке містить у собі заголовок статті та посилання на неї.

На головній сторінці мікроблогу міститься розділ «*Trend*s» – популярні теми. Перша його частина охоплює теми, події, імена, які обговорюються саме в цей час, друга частина – теми, події, імена, які найчастіше обговорюються протягом доби, третя – тренди, що були найбільш популярними протягом тижня. Зважаючи на це, користувачі можуть долучатись до обговорення подій, що є популярними у світі або окремому регіоні, що, в свою чергу, розширює потенційну аудиторію, оскільки повідомлення, що містять хештег із ключовим словом з розділу «*Trend*s», потрапляють до відповідного списку, який можуть переглядати усі користувачі інтернет-порталу. Теми можуть змінюватись кожного дня, що відповідає загальним тенденціям у світі, а також відображає регіональні уподобання комунікантів (наприклад, #MTVStars, #ThingsOdellCouldCatch, #CONGRATS5SOS, #fridayreads, #WhatDoYouMean, #BankHolidayWeekend, #ТВИТТЕРСКИЕОТМЕНЯЮТ СЕНТЯБРЬ).

Ще одним популярним мікроблогом в інтернет-мережі є Tumblr, який було запущено в 2007 році як сервіс для обміну зображеннями та відеофайлами. Метою Tumblr є також створення віртуальних спільнот, члени яких можуть створювати власні персональні сторінки, публікувати цікаві, на їхній погляд, зображення, коментувати їх, а також обговорювати спільні інтереси [5]. Для зручності користувачів усі повідомлення поділені на сім основних категорій: Текст (англ. *Text*), Фото (англ. *Photo*), Цитата (англ. *Quote*), Посилання (англ. *Link*), Розмова (англ. *Chat*), Аудіо (англ. *Audio*) та Відео (англ. *Video*).

Для реєстрації в Tumblr необхідно вказати прізвище та ім'я, дату народження, стать, країну, а також обрати псевдонім для вербальної презентації на персональній сторінці. Більшість елементів є факультативними, а отже, в мікроблозі Tumblr, так само як і в Twitter, зберігається високий ступінь анонімності спілкування.

Для узагальнення жанротвірних особливостей мікроблогів скористаємося моделлю опису інтернет-жанрів Л.Ю. Щипіциної, що включає аналіз прагматичних,

медійних, структурно-семантичних та мовних параметрів окремих інтернет-жанрів [3, с. 26-63].

Звертаючись до прагматичних параметрів мікроблогінгу, потрібно виокремити такі елементи, як мета, тип автора й адресата, час та місце. Мікроблоги – багатофункціональний жанр, що поєднує в собі інформативну (allisonelisabeta: one of my favorite designs from my #CATxBENCH collection. 😍i love the cut of this shirt so much , 😻 get this shirt + a few other selected designs now in the following @benchtm stores! [6]) та фатичну функції (NathanJunior-NJR: hiii bro, if you can follow me this is the history of my life ^_^ @justinbieber [7]), створюючи сприятливі умови для виникнення повідомлень, в яких рівноправну роль відіграють бажання мовця встановити контакт та поділитися інформацією (Sanam Shantyaei: The Deadline is here: Good morning from Vienna, where you can expect to hear contradictory reports on #IranTalksVienna. [7]).

Встановлення типу автора дозволило встановити певні відмінності між двома найбільш популярними мікроблогами: у Twitter адресантами виступають як окремі особи, аноніми, так і організації, але остання група комунікантів не є характерною для мікроблогу Tumblr. Адресанти у Twitter не можуть відправляти особистих повідомлень, будь-яке опубліковане повідомлення стає доступним широкому загалу, а користувачі Tumblr мають можливість створювати приватні повідомлення (функція *Inbox*).

Відповідно до темпоральних характеристик мікроблогінг є засобом оперативного зв'язку: одне і те саме повідомлення миттєво розсилається багатьом користувачам. Через формальні вимоги ведення мікроблогу (обмеження довжини повідомлень) новина публікується в скороченій формі, що сприяє швидшому поширенню й сприйняттю інформації.

Розглядаючи комунікативну сферу, до якої належить аналізований жанр, необхідно зазначити, що комунікація за допомогою сервісів мікроблогів належить, головним чином, до сфери міжособистісного спілкування, представленого дружньою взаємодією окремих осіб. Однак, для мікроблогу Twitter стає дедалі більш поширеним інституційне використання: численні організації реєструються на цьому порталі і діляться новинами з іншими користувачами. Таке використання не є характерним для мікроблогу Tumblr.

Іншим важливим параметром для опису інтернет-жанру є медійний, що включає в себе оформлення жанру на моніторі комп'ютера, синхронність / асинхронність комунікації, мультимедійність тексту, гіпертекстову організацію, інтерактивність, кількість та ступінь експліцитності комунікантів.

На домашній сторінці користувача Twitter розміщено різні позначки вербального характеру, як, наприклад, *Following* – структурний елемент, який дозволяє переглядати детальну інформацію про тих користувачів, за повідомленнями яких комунікант слідкує. Посилання *Followers* дозволяє перейти до перегляду списку тих, хто стежить за оновленнями на сторінці користувача. Розділи *Trends* та *Who to follow* допомагають комунікантам долучатися до обговорення найбільш популярних тем та слідкувати за успішними блогерами. На стартовій сторінці мікроблогу Tumblr користувач має можливість переглянути ті новини, які йому сподобались, за допомогою внутрішнього посилання *Liked Posts*; подивитися список тих, на чиї оновлення він підписаний – *Following*; знайти цікавих йому користувачів – *Find Blogs*. Особливістю оформлення

мікроблогу Tumblr є те, що при створенні всі повідомлення категоризуються на такі групи, як *Text, Photo, Quote, Link, Chat, Audio* та *Video*. До невербальних функціональних елементів у мікроблогах належать аватари, що мають таку саму функцію, як і в соціальних мережах. Також мікроблог Tumblr пропонує своїм користувачам купити оригінальні налаштування зовнішнього вигляду персональної сторінки.

Одночасно з цим при оформленні жанру велике значення відіграє стрічка новин – список повідомлень від авторів, на яких підписався користувач, що оновлюється в режимі реального часу (відображення записів відбувається в зворотному порядку).

Комунікація в мікроблогах виявляється в синхронному та асинхронному типах взаємодії й реалізується відповідно до моделей «один – одному» та «один – багатьом», але у Twitter, на відміну від інших сервісів, усі повідомлення – публічні. На адресованість публічних повідомлень у мікроблогах конкретній особі вказують за допомогою графічного символу «@» та імені адресата (♀ stephanie ♀: Hiii harry @Harry_Styles You make me very happy, thank you. Mind following me and making me even happier?? I love you very much 200 [7].

Мікроблоги відзначаються високим ступенем мультимедійності: при створенні повідомлень автори використовують не лише вербальні засоби, а й графічні символи, анімовані зображення, фотографії (наприклад, patriciahandschiege: Made fresh sage and garlic marinated chicken tacos today. Love cooking at home on the weekend. Yummy. (Рис.1) [6]. Також комуніканти можуть додавати до своїх повідомлень гіперпосилання на аудіо- та відеофайли, тому текст у мікроблогах перетворюється на гіпертекст (coach4health: Weight Loss Quick Tips – 4 Health and Fitness Tips We Should All Live By http://bit.ly/1xJREOC http://... htt... http://bit.ly/11NkMHN [7]).

Інтерактивність мікроблогів зумовлена не лише доступом з різних електронних засобів. Залишаючи повідомлення на сайтах мікроблогів, користувачі створюють публічно доступний континуум повідомлень, які обговорюються та цитуються іншими комунікантами.

На вибір теми повідомлення впливає сфера, до якої воно належить. Мікроблоги, що висвітлюють питання політики, економіки, освіти тощо, тяжіють до монотематичності, у той час як для повідомлень у межах дружнього спілкування характерна політематичність (наприклад, автокомунікація, відображення внутрішнього стану адресанта, його філософські роздуми, сповіщення про стан речей тощо). Із тематикою повідомлень пов'язана їхня структура і комунікативний дизайн, який включає в себе власне повідомлення та посилання на повний текст цього повідомлення (як, наприклад, у випадку із новинами) або на сайт для перегляду відеодокумента. Для комунікації в мікроблозі Twitter (особливо в галузі політики, економіки, освіти) характерним є відсутність у повідомленнях привітань та прощань, що можна пояснити обмеженою довжиною твітів [2, с. 134] (наприклад, The Bolt Report: Coming to Aus and saying tendentious facts about the reef is not showing much sensitivity for the domestic political situation – Costello [7]). На нашу думку, відсутність

Рис. 1

таких одиниць, особливо в дружньому дискурсі, пояснюється тим, що реєстрація на сайтах соціальних мереж та мікроблогів передбачає постійну готовність до взаємодії з іншими користувачами. Також привітання та прощання мають значення лише при синхронній комунікації, а для повідомлень, спрямованих на велику аудиторію, яка сприймає інформацію з різним інтервалом у часі, такі структурні елементи спілкування втрачають свою актуальність.

На особливу увагу заслуговує реалізація мовних особливостей комунікації в мікроблогах Tumblr та Twitter на фонетико-графічному та лексичному рівнях.

На зміст та форму комп'ютерно-опосередкованого спілкування впливає наявність лакун, які виникають внаслідок письмової репрезентації усного мовлення в інтернет-комунікації. Бажання мовців передати вимову окремих слів, зробити наголос, підкреслити свої емоції тощо зумовлюють пошук засобів їхнього вираження. До засобів заповнення аудіовиражальних лакун належать [1, с. 46]:

1) фонетична деформація слів, яка є характерною для розмовного мовлення (ryan delfino: *wat* r u supposed 2 *du* when kanye is ur room [7]). Цей приклад демонструє фонетичну імітацію індивідуальної вимови, що створює не просто ефект живого спілкування, а й підкреслює його невимушеність, відчуття рівності між співрозмовниками. Таке демонстративне нехтування орфографічними правилами робить текст повідомлення схожим на фонетичну транскрипцію;

2) фонетико-графічне спрощення слів (american-eater: Sold yr work/soul for what? So you could get your name in the credits? To get better jobs? I *dunno*. You define yr value. [6]). Спрощення словосполучення *do not know* до *dunno* також імітує особливу вимову мовця, наближує повідомлення до розмовного стилю, створює ефект живого спілкування. Також необхідно звернути увагу на те, що в інтернет-комунікації спостерігається редукція голосних, що пов'язано з бажанням мовців скоротити обсяг повідомлень (dAre dEvIL =D: ok *frnds* tata ttyl=DDDDDo [7]);

3) використання великих літер для написання окремих слів або частини повідомлення з метою передачі емоційного стану, смислового наголосу або інтонації (princessoverclouds: Soooo yesterday, my phone slipped on my hand and it fell on the ground. And it doesn't work anymore. I feel so lonely. Ugh. And also, I don't know why Claude isn't making an effort to talk to me. I REALLY DON'T KNOW. [6]). Виокремлюючи фразу *I really don't know* великими літерами, автор повідомлення робить на ній особливий акцент, чим вказує адресатові / адресатам на ступінь вияву емоцій;

4) використання великих літер для написання всього повідомлення (Danny Phantom: OK IT'S OFFICIAL I'LL DO ONE, I'LL KEEP YOU GUYS POSTED ON DATE/PLACE, IN DUE TIME!! [7]). Автор повідомлення звертається до засобів парафеміки, щоб графічно виділити текст із потоку інших повідомлень. Ми можемо говорити про навмисне застосування такої техніки для привертання уваги потенційних адресатів.

Неймовірний успіх соціальних мереж та мікроблогів зумовив появу змін у самому спілкуванні. Аналізуючи спілкування в цьому мовному середовищі, можна виявити певні тенденції. По-перше, для інтернет-комунікації характерним є використання скорочень та абревіатур, що відображає все більше бажання користувачів

спілкуватись у режимі реального часу, оскільки комунікація в інтернет-середовищі посідає на сьогодні не менш важливе місце, ніж міжособистісне спілкування [4]. Також використання цих одиниць стає ще більш актуальним із введенням у Twitter обмеження кількості символів повідомлення. По-друге, виникнення нового явища призводить до створення нових реалій і потребує нових мовних одиниць на їхнє позначення, що поступово входять до активного словникового запасу користувачів мікроблогів. На особливу увагу заслуговують лексичні одиниці, в яких відбувається семантичний зсув або розширення денотативного значення:

• *tweet* – у новому комунікативному середовищі набуває нового значення: не просто 'щебетати', а 'спілкуватися, використовуючи Twitter як канал зв'язку' (Larry King: I just forgot what I was going *to tweet*. [7]).

• *follow* – це дієслово у нейтральному контексті означає 'слідкувати / слідувати за кимось', у мікроблогах його значення розширюється – 'підписуватись на оновлення на сторінці користувачів та слідкувати за ними' (dbsk-come-back-as-five: Go and *follow* the blog this was reblogged from. (And *follow* the person who made the post just to be nice) [6]);

• *follower* – у мікроблогах значення цієї лексичної одиниці слова набуває нового відтінку і використовується для позначення не послідовників ідей, учнів, а людей, які підписалися на оновлення на сторінці користувача (mccvijan: I won't get *Followers* without doing this so. Follow for Follow I promise Follow back! [6]);

• *friend* – у соціальних мережах Facebook і Myspace та мікроблогах Tumblr і Twitter відбувається семантичний зсув у понятті «друг». В інтернет-середовищі другом може стати не тільки знайомий у реальному житті, а й користувач, з яким підтримуються стосунки лише в межах цього комунікативного середовища (_____'@hoIybeyonce: «@HausOfRoudy: i wanna meet my twitted *friends* irl ugh :/» twitted [7]);

• *like* – у мікроблозі Tumblr функція «*Like*» використовується для того, щоб виявити своє прихильне ставлення до статусу або зображення (010412010912012513: Anyone who *likes* or reblogs this will get a follow and a specialized message from me!!! So reblog this because i wanna send a lot c: [6]). Скориставшись цією функцією комуніканти вступають до імпліцитного діалогу з іншими користувачами;

• *share* – ця лексична одиниця набуває нового відтінку значення: не просто 'поділитися чимось', а 'опублікувати новину або зображення' (**The Boo Hoo Crew:** 2nd Annual, «No Boo Hoo» Toy Drive Concert w/ @BGCSM. *Share* the tweet. Share a Toy. C'mon out and spread some joy! [7]);

Отже, жанротвірні риси мікроблогінгу простежуються на структурному, прагматичному та мовному рівнях. Мікроблоги Tumblr та Twitter позначені низкою спільних рис, таких як тематичний зміст, композиційна будова й стиль. На нашу думку, найважливішими рисами мікроблогінгу є обмеження довжини повідомлення, а використання лексичних одиниць, що входять до активного словникового запасу користувачів аналізованих інтернет-порталів. Окрім аналізованих лексем, до мовних особливостей комунікації в мікроблогах належить використання абревіатур, скорочень, неологізмів, сленгу та численних синтаксичних конструкцій, дослідження яких є перспективою для подальших досліджень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Компанцева Л.Ф. Інтернет-лінгвістика: навчальний посібник / Л.Ф. Компанцева. – К.: Наук.-вид. відділ НА СБ України, 2009. – 275 с.
2. Полякова Т.Л. Твиттинг как новый виртуальный жанр / Т.Л. Полякова // Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна. – Харків: Видавництво ХНУ ім. В.Н. Каразіна, 2012. – №1003: Серія: Романо-германська філологія. Методика викладання іноземних мов. – Вип.70. – С.131-136.
3. Щипицина Л.Ю. Жанры компьютерно-опосредованной коммуникации: монография / Л.Ю. Щипицина. – Архангельск: Поморский гос. ун-т им. М.В. Ломоносова, 2009. – 238 с.
4. Bergschneider V. Technology's influence on interpersonal communication / V. Bergschneider. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.helium.com/items/1567920-technology-for-communicating.
5. City of Kitchener. Online Communications Strategy [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.kitchener.ca/en/insidecityhall/ Online_communications_strategy.asp
6. Tumblr [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.tumblr.com/.
7. Twitter [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.twitter.com/.

Стаття надійшла до редакції 27.10.2015 р.

Орлова В.В., к.филол.н., ассист.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

ЖАНРОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ МИКРОБЛОГИНГА

В статье рассматриваются структурно-организационные элементы общения в микроблогах, отличающие их от других жанров интернет-коммуникации. Описываются общие механизмы взаимодействия коммуникантов в микроблогах Tumblr и Twitter. Обращается особенное внимание на лексические единицы, в которых происходит расширение денотативного значения или семантический сдвиг, что является одной из жанровых характеристик коммуникации в микроблогах.

***Ключевые слова**: микроблог, интернет-жанр, прагматика, парафемика, расширение денотативного значения.*

V. Orlova , Ph.D. (Philol.Sc.), Assistant Professor,
Institute of Philology, Taras Schevchenko National University of Kyiv

MICROBLOGGING GENRE FEATURES

The article considers structure and organization elements of microblogs that distinguish it among other Internet genres. The general interaction mechanisms typical of Tumblr and Twitter communication are described. Attention is also paid to the lexical units with denotation extension or semantic shift which appears to be one of microblogging genre features.

***Keywords**: microblog, Internet genre, pragmatics, paragraphemics, denotation extension.*

УДК 808.5

Пасинок В.Г., д.філол.н., проф.,
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, м. Київ

ДІАЛЕКТИЧНІ ПРИНЦИПИ РИТОРИКИ

Стаття присвячена розгляду риторики як фундаментальної філологічної науки з точки зору базових принципів діалектичної логіки – принципу взаємозв'язку, принципу саморозвитку і принципу діалектичного протиріччя. Ці принципи вивчаються в динаміці розвитку, синтезуючи тим самим глибинну сутність риторики, французької риторики зокрема.

Ключові слова: *діалектична логіка, принцип взаємозв'язку, принцип саморозвитку, принцип діалектичного протиріччя, риторика.*

Відродження риторики, яке почалося у другій половині ХХ сторіччя, пов'язане з обмеженням її предмету побудуванням аргументованого мовлення [13, с. 119]. Риторика у вузькому значенні, тобто нова риторика, неориторика, або аргументативна риторика, «описує тільки прийоми змін переконуючи» [4, с. 15], тобто є прямим продовженням класичної риторики. Останнім часом зростає вагомість риторики в усьому світі. Її називають теорією і практикою комунікації (США), теорією мовного існування людини (Японія), неориторикою (Бельгія, Франція), крім того, високоцивілізовані держави вкладають значні кошти в її розвиток з метою формування національного інтелекту як найціннішого ресурсу. Виховання риторичної культури особистості базується на *головних принципах діалектичної логіки* – це вчення про формування та розвиток знань, про їх практичне застосування, що спирається на загальні та специфічні закони, а також на принципи матеріалістичної діалектики.

Отже, **актуальність** цього дослідження полягає у розгляді французької риторики за принципами діалектичної логіки. **Об'єктом** є застосування законів діалектичної логіки до вивчення процесів пізнання риторики, і французької зокрема, що спирається на принципи взаємозв'язку, саморозвитку та діалогічного протиріччя.

Принципи діалектики — це її вихідні (загальні, універсальні) теоретичні положення, на основі яких відбувається синтез відповідних понять у наукову систему. Ці зв'язки і створені ними системи розглядаються не лише в статиці, а й у динаміці, в зміні, в перетворенні — в розвитку. Діалектика виступає як вчення про загальні зв'язки і розвиток, як спосіб світорозуміння, що грунтується на цих принципах. Виділяємо три базові принципи діалектичної логіки: **принцип взаємозв'язку, принцип саморозвитку та принцип діалектичного протиріччя.**

1. Принцип взаємозв'язку – основний у діалектиці. Він указує на те, що все в суспільстві перебуває в постійному взаємозв'язку. Зміст цього принципу виражається категоріями відношення, зв'язку, взаємодії, співіснування. Цей принцип у діалектичній логіці підводить до розуміння зв'язку таких наук, як риторика та *герменевтика*, про що зазначає у своїй роботі С.М. Квіт [12]. Риторика експлікується в текстах, а герменевтика – це теорія інтерпретації змісту тексту [там само, с. 4]. Герменевтика діалектично розвивалася з античної філології, що звалася граматикою в часи класичної

риторики. Остання займалася критикою тексту та роз'ясненням незрозумілих місць. Пояснювалися, перш за все, незрозумілі слова за допомогою їх перекладу на сучасну мову (голоси), крім того, надавались реальні коментарі до тексту (схоли) [26, с. 49-50]. Якщо риторика розрахована на потреби мовця, того, хто створює тексти, письмові або усні, то герменевтика обслуговує слухача та читача, того, хто сприймає тексти. Риторика, як і герменевтика, орієнтована на створення текстів, які ще не існують, а риторичний розбір існуючих текстів також підпорядковується цій задачі. Герменевтика займається текстами, які вже створені.

Риторика і герменевтика орієнтовані на *культуру мовлення*, що розвивалася в зв'язку з проблемою нормування національних літературних мов та занепадом риторики, що традиційно займається саме культуванням мови. Культура мови в її сьогоденній інтерпретації включає нормативний компонент, етичний компонент (етика спілкування) і комунікативний компонент, під яким розуміється не тільки правильне використання мови, а й «мовленнєва майстерність» [1, с. 32-34]. Усі ці три сторони культури мови, особливо остання, тісно пов'язані з завданнями риторики.

Слід зазначити, що риторика має тісний зв'язок з наукою, що розвивалася в зв'язку з проблемою нормування національних літературних мов, занепадом риторики та традиційно займається саме культуванням мови – *культурою мови*. В її сьогоденній інтерпретації включається нормативний компонент, етичний компонент (етика спілкування) і комунікативний компонент, під яким розуміється не тільки правильне використання мови, а й мовленнєва майстерність. Усі ці три сторони культури мови, особливо остання, тісно переплітаються з завданнями риторики.

Комунікативний компонент культури мовлення, з одного боку, спирається на функціональну стилістику, яка рекомендує найбільш умісний та відповідний сфері та умовам мовленнєвої комунікації вибір мовленнєвих засобів, з іншого боку – він пов'язаний безпосередньо з мовленнєвою майстерністю, тобто риторика також взаємодіє зі *стилістикою*. З функціональною стилістикою риторику поєднує прагматичний підхід до мови. Риторична побудова постає як методика використання наявних мовних засобів для вираження думки і як обгрунтування запропонованих ритором ідей. Особливістю власне риторичних поглядів французького вченого Б. Ламі є універсалізм категорії стилю. Тому риторика Б. Ламі виявляється свого роду універсальною філософією мови, яка мислиться як раціональна норма будь-якої мовленнєвої діяльності [14, с. 17-19].

Неможливо уявити розвиток риторики без такого важливого аспекту як *красномовство*, яке отримало найбільший розвиток у Франції. Помітний внесок у розвиток риторики внесли французькі письменники і мислителі – Блез Паскаль та Мішель Монтень [цит. за: 9, с. 150-151]. У їхніх творах на перший план, як в античності, висувається дієвість промови, здатність оратора захопити аудиторію, мобілізувати її на конкретну дію. Красномовство переймається світськими мотивами, набуваючи соціально-політичної спрямованості. Ціла програма дій оратора міститься у висловлюванні французького філософа і фізика Б. Паскаля (1623-1662), який високо цінив гармонію змісту і форми публічної промови: «Красномовство – це мистецтво говорити так, щоб ті, до кого ми звертаємося, слухали не лише без праці, але і з задоволенням і щоб захоплені темою і підбурювані самолюбством, вони захотіли в нього вникнути

[цит. за: 20, с. 172-174]. Тобто, воно полягає в умінні встановити зв'язок між умами і серцями наших слухачів і нашими власними думками і словами, а це значить, що, перш за все, ми повинні добре вивчити людське серце, знати всі його пружини, – тільки тоді наша мова дійде до нього і його переконає» [цит. за: 2, с.123-124].

У Франції серйозна увага приділяється, як завжди, техніці мови, манерам оратора, жестикуляції, міміці. Формується світська риторика: риторика бесіди, епістолярна риторика, риторика портрета, риторика загадки і т. ін. З мистецтва мовлення риторика перетворюється на цілий життєвий кодекс [11, с. 41-43]. Як і в багатьох інших європейських країнах, у Франції домінує духовне красномовство. Поруч з сухим філософом з'являється красномовний оратор, що володіє витонченим смаком та літературною формою. Мистецтво красномовства оголошується найблагороднішим з усіх мистецтв.

2. Важливим принципом діалектичної логіки є принцип саморозвитку, що вимагає всебічного вивчення об'єкта у всьому різноманітті зв'язків і розгляду його в безперервному русі, зміні, перетворенні, розкриває суперечливий характер самого мислення.

У різні часи активно розвивалися нові види риторик: еристика, софістика, метариторика, неориторика, відеориторика. *Еристика* (від грец. Eristika – мистецтво спору) – мистецтво прирікання – була розповсюджена в Стародавній Греції у зв'язку з розквітом політики, судової та морської полемік і розумілась як засіб знаходити істину у спорі. Вона повинна була вчити переконувати інших у правильності наведеної точки зору та, відповідно, вмінню спонукати людину до необхідної поведінки [8, с. 7-9]. Поступово еристика перетворилася на вчення про те, як вести дискусію, щоб досягти єдиної мети, виграти її за будь-яку ціну, зовсім не турбуючись про істину та справедливість. Різні нелояльні прийоми використовувалися для досягнення перемоги у спорі (наведення неправдивих та недоведених аргументів, софізмів, доводів тощо) [10, с. 14]. Це суттєво подавляло довіру до навчання мистецтву полеміки. Еристика розпалася на *діалектику* та *софістику*. Перша була запропонована Сократом, який уперше застосовував саме поняття «діалектика» для позначення мистецтва вести ефективну полеміку, діалог, в якому досягається істина. Софісти ставили собі на меті перемогти в спорі за будь-яку ціну. Від Аристотеля походить традиція неправомірного ототожнення еристики та софістики [3, с. 107-109]. Таке розуміння еристики також розвивав німецький філософ А. Шопенгауер. Початок риторики пов'язується з діяльністю старших софістів – Коракса, Тісія, Протагора і Горгія. Коракс нібито написав недійшовший до нас підручник «Мистецтво переконання», а Тісій відкрив одну з перших шкіл навчання красномовству [7, с. 104-105]. Слід зазначити, що ставлення дософістики було суперечливим, що відбилося навіть у розумінні слова «софіст»: спочатку воно позначало мудреця, людину талановиту, здатну, досвідчену в будь-якому мистецтві, потім, поступово, безпринципність софістів, їх віртуозність при захисті прямопротилежних точок зору призвело до того, що слово «софіст» придбало негативне забарвлення і стало розумітися як шарлатан, хитрун [19, с. 110-113; 23].

Протагор уважається одним з перших, хто почав вивчати виведення укладення з посилок. Він також одним з перших використав форму діалогу, в якому співрозмовники відстоюють протилежні точки зору. Протагору нале-жать твори «Мистецтво

суперечки», «Про науки» та ін. Це він увів в ужиток формулу «Людина – міра всіх речей » [цит. за: 18, с.172-174].

Горгій уважається засновником фігур як одного з основних об'єктів риторики. Він активно користувався фігурами мови (паралелізмом, гомеотелевтоном, єдиноформленими закінченнями), «стежками» (метафорами і порівняннями), а також ритмічно побудованими фразами [15, с. 25-28]. Горгій звузив занадто розмитий до нього предмет риторики: на відміну від інших софістів, він стверджував, що навчає не мудрості, а тільки ораторському мистецтву. Горгій першим став викладати риторику в Афінах і навчав усіх бажаючих риториці з тим, щоб вони вміли підкоряти людей, «робити їх своїми рабами по добрій волі, а не з примусу». Горгій визначав риторику як мистецтво промов [там само].

Платон відкинув ціннісний релятивізм софістів і відзначив, що головним для ритора є не копіювання чужих думок, а власне розуміння істини, знаходження власного шляху в ораторському мистецтві [6, с. 55-57]. Він уважав, що головним завданням ораторського мистецтва є переконання, маючи на увазі переконання, перш за все, емоційне. Він підкреслював важливість стрункої композиції мови, вміння оратора відокремлювати першорядне від маловажливого і враховувати це в мові.

Аристотель завершив перетворення риторики в наукову дисципліну. Він встановив нерозривний зв'язок між риторикою, логікою і діалектикою і серед найважливіших рис риторики виділив її особливу динамічну виразність і підхід до дійсності можливого й імовірнісного. В основних творах, присвячених риториці («Риторика», «Топіка» і «Про софістичні спростування»), Аристотель указав місце риторики в системі наук античності і детально охарактеризував все те, що становило ядро риторичного навчання на протязі наступних століть (види аргументів, розряди слухачів, риторичних промов і їх комунікативні цілі, етос, логос і пафос, вимоги до стилю, стежки, синоніми й омоніми, композиційні блоки мови, способи і спростування, правила спору та ін.) Деякі з перерахованих питань після Аристотеля або сприймалися догматично, або взагалі були прибрані з риторичного вчення [17, с. 304].

Ідеї античних учених знайшли своє продовження у *метариториці* – науці про риторику як про теоретичну дисципліну. Її об'єктом є риторичні трактати, тобто метатексти, звідки і сама назва. *Неориторика*, або нова риторика, займається теоретичними проблемами риторики після відродження інтересу до неї, тобто перш за все після появи робіт Х. Перельмана.

А.Д. Бєлова виділяє поняття *відеориторики* як риторики нових електронних можливостей (the rhetoric of e-empowerment) для звичайних людей, які зробили локальну подію відомою усьому світу [5, с. 22-23]. Як відмічає А.Д. Бєлова, візуалізація комунікації робить особливо важливою відеориторику, для якої в англійській мові вже існує цілий ряд визначень: Visual and Interactive Rhetoric, visual Structure and Information Design, Visual Information Design [там само, с.24].

Прикладом реалізації принципу саморозвитку у Франції є аналіз риторики Б. Ламі, що дозволяє оцінити подальші роботи з риторики як розвиток і критику цього загального вчення про мову. У риториці Б. Ламі представлені основи порівняльної фонетики і фонології, порівняльні ідеї в галузі морфології та словотвору, розроблена

теорія синтаксису в плані співвідношення синтаксичного ладу мови (аналітичного або синтетичного в сучасному розумінні) зі стилістичними можливостями вираження думки, ці уявлення про співвідношення різних типів стилю – індивідуально-авторського, функціонального та історичного [16, с. 71-73]. Подальший розвиток французької риторики в XVIII ст. і особливо в XIX ст. був пов'язаний з критикою логіко-психологічного універсалізму *картезіанської риторики*. Впливові французькі ритори А. Барон і А. Пелліссье прагнуть зв'язати систему понять риторики з французькою та латинською словесністю і орієнтувати елокуцію на класичну літературу та філософію, богословську та юридичну аргументацію. Спочатку в риториці А. Барона [28, с. 10-12], а потім в риториці А. Пелліссье виявляється прагнення відновити і переосмислити систему понять і термінів, розроблену Квинтіліаном. Французька риторика обмежується загальним ученням, а теорія видів і родів словесності практично в ній не розробляється. Спроби побудувати уявлення про види словесності виявляються лише в завершальній частині риторики А. Пелліссье [див. дет. 21-22].

3. Одну з центральних ролей у діалектичній логіці відіграє **принцип діалектичного протиріччя,** який можна визначити як єдність протилежних характеристик А та В, що належать певним об'єктам. Ці характеристики одночасно виключають та припускають один одного та знаходяться у взаємодії, що розгортається в часі, взаємопокладання забезпечує цілісність об'єкта. Діалогічні протиріччя є джерелом змін та розвитку об'єкта, джерелом його «саморуху». Такі протиріччя існують між досягнутим рівнем знань у суспільстві та безглуздими властивостями його вдосконалення та розвитку.

Принцип діалектичного протиріччя активно використовувався в роботах французьких риторів, зокрема, Б. Ламі, основою якого була відмова від використання загальних місць у тому вигляді, як вони склалися в історії європейської, і зокрема, французької словесності. Тим самим, риторика Б. Ламі постає не тільки як універсальне, але і як психологічне вчення про мовну особистість, оскільки ритор орієнтується на матеріал мови, фактичні дані та індивідуальні завдання і цілі.

Принцип діалектичного протиріччя виявляється у французькій риториці перш за все, у протиставленнях таких взаємозалежних понять, як милозвучність/немилозвучність, стислість/широкість, асхематизм/прикрашеність, одноманітність/різноманітність, логічность/алогічность, правдоподібність/неправдоподібність, ясність/неясність, точність/неточність, однозначність/двозначність, доречність/недоречність тощо. Так, дихотомію «доречність/недоречність» В.П. Москвін розглядає на матеріалі а) теорія трьох стилів як інструменту реалізації потреб тематичної доречності; б) бурлескного стилю як порушення вимог тематичної доречності; в) ситуативної доречності (наприклад, уживання евфемізмів як засобів її реалізації) [13, с. 120-124].

Принцип діалектичного протиріччя застосовується у праці сучасних французьких учених – Г. Дессона та Х. Месхоника [25, с. 147-149], в якій розглядаються принципи акустичного милозвуччя та його порушення. Г. Серіані вивчає девіації ритму («варіативність сильних та слабких місць») [24, с. 215]. Протиріччя між лаконічністю та широкістю виявляють М. Магніен [27, с. 149 -150]. Еліпсис представлений у роботі Ф. Санктіуса [30, с. 94-98]. Так званий «рублений стиль», що створює асиндетон, розглядався Л. Спітцером [31, с. 74-76]. Протиставленням гіперболи та літоти

займається П. Фонтаньє, який акцентує увагу на дискурсивних невідповідностях змісту дійсності поточних справ [24, с.56-64].

Діалектичне протиріччя виявляють французькі поети Гіійом Апполінер та Пьєр Ріверді у каліграмах – колажах фігурних текстів. П Реверді відмічає, що фігурні тексти вносять у літературу сторонній елемент, що призводить до труднощів при прочитанні [29, с. 115-117]. Н. Буало відмічає двозмістовність іншого трактування, вважаючи, що «і подвійне значення слова вжити не гріх» [7, с. 74-77].

Як показує французький матеріал, національна риторика не тільки внесла свій внесок в еволюцію риторичних ідей античності, а й великою мірою сприяла розвитку загальнонародної і літературної мови Франції XVI-XXI ст. Взагалі, у філологічному відношенні роль риторики в історії французької культури виявляється значніше, ніж це випливає з написаної історії національної мови та літератури.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аллендорф К.А. История французского языка. Ч. I и 2. – М.: Наука, 2001. – 415 с.
2. Амирова Т.А., Ольховиков Б.А., Рождественский Ю.В. Очерки по истории лингвистики. – М.: Наука, 1998. – 559 с.
3. Аристотель. Риторика / Пер. Н. Платоновой. Спб.: Типогр. В.С. Балашева и Ко, 1894. – 204 с.
4. Багдасарян С.Б. Социальная природа и гносеологическая сущность риторики: автореф. дис. на соискание ученой степени канд. филос. наук. Ереван, 1991. – 31 с.
5. Белова А.Д. Видеориторика в современном коммуникативном пространстве // Лінгвістика XXI століття : нові дослідження і перспективи. Київ, 2010 р. – С. 22-34.
6. Брынская О.П. Систематизация основных понятий риторики, данных в трактате Аристотеля «Риторика». – М.: Изд-во МГУ, 1978. – 77 с.
7. Буало Н. Поэтическое искусство // Литературные манифесты западноевропейских классицистов. – М.: МГУ, 1980. – 215 с.
8. Будагов Р.А. Проблемы изучения романских литературных языков. – М.: Изд-во МГУ, 1961. – 37 с.
9. Волкова З.Н. Истоки французского литературного языка. М.: Высшая школа, 1983. – 167 с.
10. Ивин А.А. Риторика : искусство убеждать. – М.: Высшая школа, 2002. – 269 с.
11. Катагощина Н.А., Гурычева М.С., Аллендорф К.А. История французского языка. – М.: Изд-во лит. на иностр. яз., 2001. – 447 с.
12. Квіт С.М. Основи герменевтики: навч. посіб. – К.: Видавничий дім КМ Академія, 2003. – 192 с.
13. Москвин В.П. Риторика и теория коммуникации: Виды, стили и тактики речевого общения. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2012. – 216 с.
14. Реферовская Е.А. Формирование романских литературных языков: французский язык. – Л.: Наука, 1980. – 200 с.
15. Скрелина Л.М. История французского языка. – М.: Высшая школа, 2012. – 310 с.
16. Шигаревская Н.А. История французского языка. – Л.: Просвещение, 2004. – 284 с.
17. Adam J.M., Goldenstein J.P. Linguistique et discours litteraire: theorie et pratique des textes. – P.: Larousse, 2003. – 351 p.
18. Bancel P.-D. Les revolutions de la parole. – P.: Degorge. Cadot, 1869. – 372 p.
19. Baron A. De la rhetorique ou de la composition oratoire et litteraire. – Bruxelles: Decq, 1853. – 408 p.

20. Barthes R. L'ancienne rhetorique : Aide-Memoire // Communications. – P., 1970. – P. 172-229.
21. Barthes R. Le degre zero de l'ecriture: suivi de Nouveaux essais critiques. – P.: Seuil, 1972. – 190 p.
22. Behrens R. Problematische Rhetoriki studien zur franzoschen Theorieblildung der Affektrhetorik zwischen Cartesianis-mus und Fruhafklarung. – Munchen: Wilhelm Pink Verlag, 2003. – 236 p.
23. Berger A. Histoire de l'eloquence latine depuis l'origine de Rome jusqu'a Ciceron. – P.: Hachette, 1872. – 154 p.
24. Ceriani G. L'empreinte rythmique // Cahiers de Semiotique Textuelle. – № 14. – Nanterre, 1998. – 236 p.
25. Dessons G., Meschonnic H. Traite du rhythme des verses des proses. – Paris, 1998. – 364 p.
26. Fontanier P. Figures du discourse / Ed. G. Genette. – Paris, 1968. – 287 p.
27. Magnien M. L'ellipse a la Renaissance // Ellipses, Blancs, Silences. – Univ. de Pau, 1992. – 315 p.
28. Regnaud P. La Rhetorique sanscrite exposee dans son developement historique et ses rapports avec la rhetorique classique. – P.: Leroux, 1884. – 397 p.
29. Reverdy P. Nord-Sud, Self-defence et autres ecrits sur l'art et la poesie. – Paris, 1975. – 541 p.
30. Sanctius F. Minerve ou les causes de la langue latine / Trad. et ed. G. Clerico. – Presses Univ. de Lille, 1982. – 232 p. 31. Spitzer L. Etudes de style. – Paris, 1970. – 149 p.

Стаття надійшла до редакції 14.10.2015 р.

Пасынок В.Г., д. філол. н., проф.,
Харьковский национальный университет им. В.Н. Каразина, г. Харьков

ДИАЛЕКТИЧЕСКИЕ ПРИНЦИПЫ РИТОРИКИ

Статья посвящена рассмотрению риторики как фундаментальной филологической науки с точки зрения базовых принципов диалектической логики – принципа взаимосвязи, принципа саморазвития и принципа диалектического противоречия. Эти принципы изучаются в динамике развития, синтезируя тем самым глубинную сущность риторики, французской риторики, в частности.

Ключевые слова: *диалектическая логика, принцип взаимосвязи, принцип саморазвития, принцип диалектического противоречия, риторика.*

Pasynok V.G., Doctor of Philol.Sci., Professor,
V.N. Karazin Kharkiv National University, Kharkiv

DIALECTICAL PRINCIPLES OF RHETORIC

The article deals with rhetoric as fundamental philological science in terms of basic principles of dialectical logic – principle of interconnection, principle of self-development and principle of dialectical contradiction. These principles are studied in the dynamics of development synthesizing, profound essence of rhetoric, French rhetoric, in particular.

Keywords: *dialectical logic, principle of interconnection, principle of self-development, principle of dialectical contradictions, rhetoric.*

УДК’81’255.4:82-3=161.2=111

Плющ Б.О., асп.,
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ЕТИКА ПЕРЕКЛАДАЧА У НЕПРЯМОМУ ПЕРЕКЛАДІ

...the translator works so that the reader does not have to.
A.Рут

У статті розглянуто етику перекладача як котрибутивний чинник встановлення пакту перекладу у ситуації непрямого перекладу української прози на європейські мови.

Ключові слова*: агент перекладу, етика перекладача, пакт перекладу, перекладацький диспаритет, непрямий переклад.*

Роль та функції перекладача, як і сам процес перекладу, зазнає постійних інтерпретаційних та дефініційних змін у перекладознавстві. Відомими є як поняття “невидимість” перекладача, запропоноване Л.Венуті, так і наративні теорії досліджень “голосу перекладача” [4:204]. Зокрема, Т.Германс пропонує модель перекладу як “відлуння” [6:300], коли “другий голос”, себто голос перекладача, присутній у дискурсі асимілюється у голосі оповідача. Активація такої моделі залежить від читачів перекладу. Великої популярності набув соціологічний підхід до перекладознавства. На противагу М.Снелл-Хорнбі, котра стверджує, що “соціологічної віхи” [8:369] у перекладознавстві, попри очікування та зростання інтересу науковців до питань етики й культурної ідентичності, не відбулося, А.Честерман пропонує “агентну модель” перекладу – трансляторознавство (перекладачознавство) [6:14], яке цілковито акумулюють у собі модель Холмса 1988 року (чисте й прикладне перекладознавство, теоретичне й дескриптивне і т.д.). “Перекладачознавство – охоплює дослідження, які переважно й експліцитно зосереджені на агентах перекладу, себто на їхній діяльності та ставленні, їхній взаємодії зі своїм соціальним і технічним оточенням або ж їхній історії та впливах” (переклад наш. – *Плющ Б.*) [5:20]. Е.Пім як один із найавторитетніших представників соціологічного підходу до перекладознавства зазначає, що перекладач належить до так званого “інтеркультурного простору, себто простору між двома культурами, в якому працюють перекладачі” (переклад наш. – *Плющ Б.*) [7:9]. Контрастивною є думка Р.Штольца, котрий спирається на герменевтичний підхід до перекладу, тобто, що “злиття горизонтів” відбувається у голові перекладача, а не зумовлене його позицією посередника між культурами [9:145]. Уся ця полеміка стосовно потенційних та актуальних позицій агента перекладу набуває виразніших контурів, якщо її інкорпорувати у розгляд всіх аспектів непрямого перекладу.

Непрямий переклад посідає доволі помітне місце в українському інтелектуальному житті. З очевидних політичних мотивів він завжди слугував інструментом цензури та контролю над українським художнім словом. Про це свідчать, зокрема, приклади перекладів творів таких українських письменників, як Іван Франко та Іван Багряний англійською, німецькою чи іспанською мовами за посередництва російськомовного

чи англомовного перекладу. За іронією долі нині практика непрямого перекладу знаходить застосування й на вітчизняному книжковому ринку. Медійного резонансу набули скандали з перекладами романів Стівена Кінга, зроблених не з оригіналів, а з російськомовних перекладів. О.Веремко-Бережний у статті в газеті "День" так характеризує цю ситуацію: "Мало того, що наш книжковий ринок фантастично узалежнений від російського, так навіть у своїх проявах самостійності він часто прагне лишатися придатком "разухабистой" російської культурної традиції, додаючи до недобросовісності її представників недобросовісність власну, а отже, являючи собою лише фікцію національного культурного процесу" [1]. Тож непрямий переклад не є пережитком минулого, радше продукуючим низку питань та проблем явищем українського перекладного та перекладеного слова.

Одним з виявів непрямого перекладу є *перекладацький диспаритет* у перекладах української прози. Він означає нерівність (нерівнозначність загальноприйнятним) умов перекладу, телосу [6: 17], вимог до перекладача, пакту перекладу [2: 271] й відповідальності [7:56] перекладача, яка має місце саме при перекладі "периферійної" або "маленької" літератури, до якої належить й українська[1]. У цій студії, розглядаємо перекладача в рамках агента або ж *продуцента (дієвика)* кінцевого цільового тексту (а не проміжного тексту-перекладу), себто перекладач-продуцент проміжного тексту перекладу постає чинником впливу на продукування кінцевого тексту – непрямого перекладу. Отож виникає низка питань стосовно взаємозалежностей: телосу перекладача й роботи за винагороду, периферійності мови та вимоги знання мови джерела, попереднього фреймування та остаточного, посередництва й укладання пакту перекладу. Чи не найвагомішим з них, безумовно, є питання етики перекладача, адже спільною для всіх вище згаданих аспектів є одна залежність, а саме від агента дії – перекладача. У своїй книзі, присвяченій цьому поняттю, Е.Пім зазначає, що "етика перекладача знаходить свою вісь у перекладачі, а не в текстах, які називаються перекладами" (переклад наш. – *Плющ Б.О.*) [7:13]. Тобто відповідальність перекладача за представлення оригіналу цільовою мовою є головною передумовою успішного встановлення та функціонування пакту перекладу. М. Бейкер виокремлює також питання довіри як нерозривно пов'язане з етикою [3:23]. Та чи можливо говорити про довіру у контексті непрямого перекладу? С. Альвштад звертається до прикладу шведського перекладу 2012 року роману ізраїльського письменника Давіда Гросмана "Isha Boracht Mi'bsora" [2:280]. У паратекстах до видання чітко вказано, що переклад зроблено з англомовного тексту 2010 року "To the End of the Land". Однак цей приклад непрямого перекладу парадоксально, на думку дослідниці, закріплює пакт перекладу, почасти завдяки багатьом місцям у тексті, що сигналізують про звернення перекладача як до англомовного джерела, так і до оригіналу івритом.

Отож непрямий переклад є провокативним явищем з позиції встановлення довіри між читачем та перекладачем, а також провокативним чинником етики перекладача. У цій статті воліємо зосередитися на головній меті, за визначенням Е.Піма, етиці

[1] Докладніше про перекладацький диспаритет див. статтю Плющ Б.О. "Перекладацький диспаритет у контексті перекладів української прози англійською та німецькою мовами" (у друці у науковому збірнику "Мовні і концептуальні картини світу")

перекладача,“повазі до іншого культурного “я” (переклад наш. – *Плющ Б.О.*) [7:147]. Досягнення цієї “етичної мети”є передумовою успіху комунікації. Однак непрямий переклад української прози є перешкодою досягнення цієї мети, адже його головним наслідком є певна нівеляція українського культурного “я”. Німецькомовний переклад повісті Івана Франка “Захар Беркут” Марги Борк є прикладом нехтування базовими принципами етики перекладача.

За життя письменника повість німецькою мовою не була видана. Доля перекладу Р. Сембратовича невідома. [том 1:483]. Однак у 1955 році берлінське видавництво “Verlag Kultur und Fortschritt” видало цю повість у перекладі Марги Борк із заувагою, що переклад було здійснено з російськомовного джерела (Russischer Originaltitel Захар Беркут, пер. П.Карабан, 1953). Передмова Урсули Вібах наштовхує на думку про роль російкомовного джерела як цензури, адже в ній говориться, що Франко пише про російський народ, що він перекладав російських класиків та що Жовтнева революція здійснила мрії Франка, висловлені у творі. При цьому ані російськомовний переклад, ні німецькомовний не подають передмови самого Франка. Таке наративне фреймування покликане викликати довіру у читача, адже воно фактично створює образ російського письменника, котрий пише про російські проблеми, а отже, і переклад з російської мови у свідомості читача втрачає статус непрямого. Тобто, перекладацький пакт встановлено за рахунок ренарації з боку видавництва й перекладача. Адже безпосереднім доказом внеску останнього є його переклад. Цікавим є той факт, що таке фреймування виникає саме у німецькомовному виданні, бо у російськомовному перекладі Русь залишається Руссю, а от у його німецькомовному відповіднику вона вже стає Росією (Rußland):

1. Коли б були свою власть і свою силу повернули на скріплювання, а не на підкопування тих порядків по громадах і живих зв’язків між громадами, то наша **Русь**, певно, не була б упала під стрілами та топорами монголів, але була б отстоялася проти них, як глибоко вкорінений дуб-велетень остоюється проти осінньої бурі! [1:46]

1.1. Если бы свою власть и свою силу они обратили на укрепление, а не на подрыв этих порядков в общинах и живых связей между общинами, тогда наша **Русь**, наверно, не пала бы под стрелами и топорами монголов, но устояла бы против них, как глубоко укоренившийся дуб-гигант выстаивает против порывов осенней бури! [2:43]

1.2. Wenn sie ihre Macht und ihre Kraft zur Festigung und nicht zur Schädigung dieser Gemeindeordnungen und der Beziehungen der Gemeinden zueinander benutzt hätten, wäre **Rußland** wohl nicht unter den Pfeilen und Äxten der Mongolen gefallen, sondern hätte ihnen standgehalten wie eine gigantische, tiefverwurzelte Eiche dem Herbststurm [3:63]

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

2. “Тим ліпше! Тим ліпше!” – говорила вона з таким **смілим поглядом**, з таким **солодким усміхом**, що Максим, мов очарований, не міг нічого більше сказати [1:14]

2.1. “Тем лучше! Тем лучше!” – говорила она с таким **смелым взором**, с такой **пленительной улыбкой**, что Максим, как зачарованный, не мог ничего возразить [2:9]

2.2. “Um so besser! Um so besser!” sagte sie mit so **kühnem Blick** und einem so **hinreißenden Lächeln**, daß Maxim wie verzaubert war und kein Wort mehr hervorbrachte [3:19]

3. Але, коли Максим, трохи осмілившись, стиснув її ніжну, а так сильну руку, тоді Мирослава почула, як щось солодко защеміло її коло серця, як лице її загорілось стидливим рум’янцем – і вона спустила очі, а слово подяки, котре готове було вилетіти з її уст, так і завмерло на губах і **розіллялось по лиці дивним чаром розгоряючого сердечного чуття** [1:23]

3.1. Но когда Максим, несколько осмелев, пожал ее нежную, но такую крепкую руку, Мирослава почувствовала, как что-то сладко защемило у нее в сердце, как лицо ее запылало стыдливым румянцем, – и она опустила глаза, а слово благодарности, которое уже готово было слететь с уст, замерло на губах и **вспыхнуло в глазах дивным огнем первого разгорающегося чувства** [2:18-19]

3.2. Als Maxim jedoch, etwas mutiger geworden, ihre zarte, aber kraftvolle Hand drückte, fühlte sie ihr Herz erbeben. Die Dankesworte erstarben ihr auf den Lippen, **in ihren Augen aber leuchtete das schöne Feuer der ersten aufkeimenden Liebe** [3:31]

4. В його серці, смілім і чистім, як щире золото, відразу блиснула **щаслива думка**, котра тут же перемінилася в незламне рішення [1:23]

4.1. В его сердце, смелом и чистом, как золото, сразу родилась **светлая мечта**, превратившаяся тут же в твердое решение [2:19]

4.2. In seinem tapferen und reinen Herzen war jäh **ein Wunsch** erwacht, der sich sofort in einen festen Entschluß verwandelte [3:31]

У прикладах 2. та 2.1. бачимо відтворення епітетів (**с**мілий погляд – **с**мелый взор, **с**олодкий усміх – пленительная улыбка) та втрату алітерації. У німецькомовному перекладі (приклад 2.2.) зміна образу епітета абсолютно відповідає його зміні у російськомовному тексті-посереднику (нічого “солодкого”, тільки “пленительное”-hinreißendes Lächeln – чаруючий сміх). Наростання тенденції спрощення також бачимо й у прикладах 3., 3.1. та 3.2. Метафора (**дивний чаром розгоряючого сердечного чуття**) відтворена в обох випадках зі стандартизацією (дивный огонь первого разгорающегося чувства). “Чар” змінився на “вогонь” і додалася більш стандартна сема “першого” кохання. Німецькомовний переклад наслідує спрощення у російськомовному (das schöne Feuer der ersten aufkeimenden Liebe – прескрасний вогонь першого кохання, що зароджується). Кохання не було назване в оригіналі недарма. “Сердечне чуття” – так ніжно автор оминає називати те, що ще таке кволе й перебуває у зародку. Схоже переінакшення та спрощення образу бачимо й у прикладах 4., 4.1. та 4.2., де “щаслива думка” стає “светлой мечтой”, а той “бажанням” (ein Wunsch у німецькомовному непрямому перекладі). Така, здавалося б, незначна зміна, спричиняє до цілковитої зміни образу героя, бо він людина відважна, людина дії, а не ліричний герой, сповнений мрій та сподівань. Це потверджує й друга частина речення про “незламне рішення”. Отже, спостерігаємо схильність до спрощення та стандартизації поетичних образів оригіналу й, зважаючи на фреймування німецькомовного непрямого перекладу повісті, маємо підстави вважати таку невибагливість у прийнятті перекладацьких рішень вмотивованою та свідомою. Адже стандартизація позначає

певну уніфікацію, себто позбавлення ідентичності, позбавлення саме того "іншого культурного "я", яке на думку Е.Піма, ставновить основну етичну мету та невід'ємну складову установки перекладача.

Таким чином, можемо зробити висновок, що в умовах непрямого перекладу та з урахуванням перекладацького диспаритету при перекладах української прози спостерігаємо нівеляцію культурних особливостей та цінностей, отож питання етики перекладача, його відповідальності набуває особливо критичного значення та є мотиваційним фактором для перегляду й оновлення багатьох перекладів творів українських письменників іншими мовами. Адже існуючі перекладацькі пакти ставлять під сумнів приналежність згаданих творів до української скарбниці художнього слова. Тож дотримання етики перекладача є передумовою не тільки просування набутків власної літературної скарбниці, а й їхнього захисту від нівеляції та несправедливого забуття.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Веремко-Бережний Олек. "Кладовище" вітчизняного перекладу / Олек Веремко-Бережний // День – №135-136 (31 липня-1серпня 2015 року). – С.23;
2. Alvstad Cecilia. The translation pact // Cecilia Alvstad // Language and Literature. Journal of the Poetics and Linguistics. Special issue: Narration and Translation; [editor: Geoff Hall; assistant editors: Catherine Emmott, Joanna Gavins]. – London: Sage Publications Ltd., 2014. – Vol.23. – №3. – P. 270-284. – ISSN 0963-9470;
3. Baker M. The Changing Landscape of Translation&Interpreting studies [Електронний ресурс]: [стаття]. – Режим доступу: https://www.academia.edu/6311299/The_Changing_Landscape_of_Translation_and_Interpreting_Studies;
4. Bernaerts Lars. De Bleeker Liesbeth. De Wilde July. Narration and translation / Lars Bernaerts. Liesbeth De Bleeker. July De Wilde // Language and Literature. Journal of the Poetics and Linguistics Association; [edited by Geoff Hall, Catherine Emmott, Joanna Gavins]. – London: Sage Publications Ltd., 2014. – V.23 (№3). – P. 203-212. – ISSN 0963-9470;
5. Chesterman Andrew. The Name and Nature of Translator Studies / Andrew Chesterman// Hermes – Journal of Language and Communication Studies, 2009 [Електронний ресурс] – n.42. – P.13-20. – Режим доступу до статті: http://download1.hermes.asb.dk/archive/download/Hermes-42chesterman_net.pdf;
6. Hermans Theo. Positioning translators: Voices, views and values in translation / Theo Hermans // Language and Literature. Journal of the Poetics and Linguistics Association; [edited by Geoff Hall, Catherine Emmott, Joanna Gavins]. – London: Sage Publications Ltd., 2014. – V.23 (№3). – P. 286-300. – ISSN 0963-9470;
7. Pym Anthony. On Translator's Ethics. Anthony Pym; translated by Heike Walker, revised and updated by the author. – Amsterdam/ Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2012. – 185 p. – ISBN 978 90 272 2454 5 (Hb), ISBN 978 90 272 7299 7;
8. Snell-Hornby Mary. The turns of Translation Studies / Mary Snell-Hornby // Handbook of translation studies; [edited by Yves Gambier, Lue van Doorslaer]. – Philadelphia: John Benjamins Publishing Co. Amsterdam, 2010. – V.1. – P. 366-369. – ISSN 2210-4844, ISBN 9789027203311 (Hb.);
9. Stolze Radegundis. Hermeneutics and translation / Radegundis Stolze // Handbook of translation studies; [edited by Yves Gambier, Lue van Doorslaer]. – Philadelphia: John Benjamins Publishing Co. Amsterdam, 2010. – V.1. – P. 141-146. – ISSN 2210-4844, ISBN 9789027203311 (Hb.).

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. Франко Іван. Повісті та оповідання (1882-1887) / Іван Франко. – Київ: "Наукова думка", 1978. – Т.16. – 509 с.;
2. Франко Иван. Захар Беркут. Картина общественной жизни Карпатской Руси в XII веке / Иван Франко; пер. с укр. П.Карабан. – Москва: Государственное издательство художественной литературы, 1953. – 159 с.;
3. Franko Iwan. Sturm im Tuchla-Tal. Erzählung / Iwan Franko; Deutsch von Marga Bork. – Berlin: Verlag Kultur und Fortschritt, 1955. – 223 s.

Стаття надійшла до редакції 14.10.2015 р.

Плющ Б.О., асп.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

ЭТИКА ПЕРЕВОДЧИКА В НЕПРЯМОМ ПЕРЕВОДЕ

В статье рассмотрена этика переводчика как фактор установления пакта перевода в ситуации непрямого перевода украинской художественной прозы на европейские языки.

***Ключевые слова**: агент перевода, этика переводчика, пакт перевода, переводческий диспаритет, непрямой перевод.*

Pliushch B., PhD student,
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

TRANSLATOR ETHICS IN THE INDIRECT TRANSLATION

The article's aim is to consider translator ethics as a contributing factor in establishing translation pact in terms of indirect translation of Ukrainian literary prose into other European languages.

***Keywords:** agent of translation, translator ethics, translation pact, translator disparity, indirect translation.*

УДК 81'255:(808.7+61)

Поворознюк Р.В., к.філол.н., доц.,
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ПЕРЕКЛАД АНГЛОМОВНИХ ІНСТРУКЦІЙ ДЛЯ ЗАСТОСУВАННЯ МЕДИЧНИХ ПРЕПАРАТІВ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

У статті розглянуто комунікативно-прагматичні характеристики особливого жанру медичних текстів – інструкції – для застосування медичних препаратів. Проведено зіставний аналіз вимог, що висуваються до оформлення даних текстів у культурах МО й МП. Окреслено масив лексико-стилістичних явищ, що ускладнюють процес перекладу медичних інструкцій. Досліджено прагматичні особливості їхнього відтворення за допомогою методики перекладу-редагування.

***Ключові слова:** медичний переклад, інструкції для застосування медичних препаратів (ІМЗ), листок-вкладиш, переклад-редагування, адекватність.*

Інформаційний листок пацієнта або фармацевтичний листок-вкладиш (інформація для споживача) має в англомовній медичній термінології цілий ряд найменувань (PIL (Patient Information Leaflet), information leaflet, package insert, patient package insert, consumer medicine information) [16, с.107].

Як світові, так і національні компанії-виробники фармацевтичних засобів наголошують на розрізненні споживчого, торгівельного та виробничого маркування своєї продукції, а отже тексти листків-вкладишів для пацієнтів повинні відрізнятися за своїми жанрово-стилістичними характеристиками від реклами лікарського засобу (ЛЗ) та інших товарно-супровідних документів.

У найбільш загальному вигляді список вимог до текстів інформаційних листків виглядає таким чином:

- Інформація повинна бути викладена простою, сучасною, зрозумілою мовою; бути достовірною (точною), об'єктивною, правдивою;

- Інформація повинна надаватися покупцю мовою, «яку він розуміє, з використанням загальноприйнятих термінів, які прописані в довідниках і термінологічних стандартах; специфічна термінологія, що стосується продукту», повинна розтлумачуватися;

- Інформація повинна бути достатньою – обстоюється принцип «раціональної інформаційної насиченості», тобто уникнення як неповної, так і зайвої інформації;

- Зміст тексту повинен бути недвозначним: це стосується як власне лексичної інформації, так і малюнків, діаграм, символів, шкал і таблиць;

- Шрифт повинен легко читатися й відповідати національним або міжнародним стандартам [1].

Як англомовні, так і україномовні листки-вкладиші містять однаковий набір даних: найменування ЛЗ; «найменування та місцезнаходження (юридична адреса, включаючи країну) виробника, пакувальника, експортера та імпортера лікарського засобу; товарний знак виробника (за наявності); масу, дозу лікарського засобу, обсяг або кількість лікарського засобу; склад лікарського засобу; вказівки на те, що лікарський засіб є генетично модифікованим або в ньому використані генетично модифіковані складові; ділянка застосування; протипоказання до застосування; побічні дії; взаємодія з іншими ЛЗ; вказівка, що ЛЗ після закінчення терміну придатності не повинен застосовуватися; вказівка, що ЛЗ слід зберігати в місцях, не доступних для дітей; умови відпуску».

Інструкції для застосування ЛЗ поділяються на категорії:

- Інструкція для застосування ЛЗ фахівцями;

- Інструкція для застосування ЛЗ споживачами (інформаційний листок-вкладиш).

Вкладиші містять коротку характеристику споживчих властивостей медичного товару, в першу чергу функціонального призначення. Завдяки цій характеристиці вкладиші набувають додаткової функції рекламного листка або проспекту, але, на відміну від останніх, рекламна функція не є основною, а реалізується через характеристику товару.

Інформаційний листок є одним із найбільш відтворюваних жанрів медичних текстів, а також він знайомий практично всім споживачам фармацевтичної продукції, як

фахівцям-медикам, так і пацієнтам без медичної освіти. Інструкції перекладаються офіційною мовою держави, яка імпортує даний ЛЗ, під регулятивним контролем національного органу з охорони здоров'я та європейських наглядових інституцій. Так, у Бельгії вкладиші перекладаються трьома державними мовами: голландською, німецькою та французькою.

Інформаційні листки пацієнта є спрощеною версією більш повного опису характеристик ЛЗ, Summary of Product Characteristics або SPC (в українській фармацевтичній системі прийнята назва «Інструкція для медичного застосування препарату» (ІМЗ), призначена для спеціалістів.

Орієнтованість інформаційних листків на забезпечення інформаційних потреб пацієнтів (нефахівців) зумовлює вимоги чіткості й недвозначності їх перекладів. Зокрема, як вказує М.-К. Вермут, перекладач повинен звертати особливу увагу на розділи, де вказана позологія (дозування) й шляхи застосування. Часто перекладач змушений адаптувати одиниці виміру до норм культури-сприймача (унції конвертувати в грами, фунти в кілограми тощо) [20, с.107]:

1) A single-use sachet is sufficient to cover a wart area of 20 cm^2 (approx. 3 $inches^2$) (Aldara™ 5% cream)

Крему з одного пакетика вистачає для нанесення на ділянку шкіри 20 $см^2$ (Алдара крем 5%).

Як бачимо, в українському тексті спостерігається вилучення вказівки на еквівалент площі в дюймах.

2) Each 15 mL (1 TBSP) (½ FL OZ) contains: sodium 5 mg (Tylenol Cold Multi-Symptom Nighttime)

15 мл препарату містить 5 мг натрію (Тайленол колд безседативний мультисимптомний).

В українському тексті відсутні як вказівки на одиницю виміру об'єму рідини (половина рідкої унції), так і на її аналог, більш зрозумілий споживачеві (одна столова ложка).

В англомовному тексті вказують кількість натрію на 15 мл препарату, оскільки при порушеннях водно-сольового обміну, печінковій або нирковій недостатності натрій накопичується у організмі й може призвести до відмови надниркових залоз. Крім того, приймання кортикостероїдів та деяких знеболювальних саме по собі викликає підвищення рівня натрію у організмі. Автори англомовних інструкцій для пацієнта вважають за потрібне попередити читачів про віддалені ризики, пов'язані з уживанням препарату, в той час як перекладач вилучає цю інформацію.

В.Монтальт Рессурецційо та М.Гонзалес-Дейвіс відносять інформаційні листки до найбільш формалізованих жанрів медичних текстів, оскільки їх формат регулюється вимогами Європейської агенції лікарських засобів (EMeA) [15, с.68]. Американським відповідником EMeA є Управління з контролю за харчовими продуктами й медикаментами (FDA). Уніфікованість лексико-стилістичних вимог до перекладу призводить до того, що європейські й американські лікарські засоби мають дуже подібні супровідні документи з однаковим набором даних. На відміну від ІМЗ, інформаційні листки містять дуже мало термінів, проте вони все одно супроводжуються описовими зворотами або уточнюючими парафразами.

С.Шияб та ін. окреслюють ряд жанрово-специфічних проблем перекладу інформаційних листків пацієнта: 1) розбіжності комерційної й хімічної назви ЛЗ, 2) розбіжності національної й міжнародної номенклатури непатентованих найменувань (INN), 3) розбіжності комунікативно-прагматичних характеристик оригінальних і перекладних інструкцій, 4) розбіжності структурних параметрів оригінальних і перекладних інструкцій, 5) розбіжності лексико-граматичного складу оригінальних і перекладних інструкцій [16, с.5]. Окремо слід відзначити, що непатентована назва препарату в англомовних інформаційних листках супроводжується своєрідною транскрипцією для зручності споживачів без спеціальної освіти:

Generic Name: acetaminophen, dextromethorphan, doxylamine, and phenylephrine (ah EET a MIN oh fen, DEX troe me THOR fan, dox IL a meen, and FEN il EFF rin) (Tylenol Cold Multi-Symptom Nighttime)

Фармацевтична продукція часто перейменовується при надходженні на іноземні ринки збуту. Так, препарат під назвою Анальгін продається в Росії та Україні, в той час як у США він відомий як Дипірон (Dipyrone) або Метамізол (Metamizole), Бромазепам (заспокійливе), що виробляється швейцарською фармацевтичною компанією Hoffmann-La Roche, в Німеччині має назву Лексотаніл (Lexotanil), а в Бельгії – Лексоміл (Lexomil).

Незважаючи на те, що організація ВООЗ повсюдно вимагає вказувати назви активних діючих компонентів, послуговуючись реєстром Міжнародних непатентованих найменувань (INN), деякі фармацевтичні компанії досі вживають місцеві назви, що призводить до суттєвих розходжень у текстах оригіналу й перекладу.

Усе частіше перекладачі фармацевтичних інструкцій звертаються до машинного перекладу й баз пам'яті перекладів (SDL Trados MultiTerm, Workbench, TagEditor тощо), бо переконані, що жанрові характеристики, структурні параметри й лексико-граматичний склад різномовних текстів майже не відрізняються. Це можна прослідкувати хоча б шляхом зіставлення традиційного вступу до листка-вкладиша англійською й українською мовами:

Read all of this leaflet carefully before you start using this medicine because it contains important information for you.

– Keep this leaflet. You may need to read it again.

– If you have any further questions, please ask your doctor or your pharmacist.

– This medicine has been prescribed for you only. Do not pass it on to others. It may harm them, even if their signs of illness are the same as yours.

– If you get any side effects talk to your doctor or pharmacist. This includes any possible side effects not listed in this leaflet. See section 4 (Coveram).

Уважно прочитайте цей вкладиш до кінця перед тим, як почати прийом препарату.

- Збережіть цей листок-вкладиш. Він може вам ще знадобитися.

- Якщо у вас виникли додаткові питання, зверніться до свого лікаря або фармацевта.

- Цей препарат був виписаний особисто вам. Не слід передавати його іншим особам. Це може зашкодити їм, навіть якщо їх симптоми схожі з вашими.

- Якщо побічні ефекти набувають серйозного характеру або якщо ви відзначили небажані ефекти, які не включені в цей вкладиш, повідомте про це свого лікаря або фармацевта (Престаріум).

Підкреслені фрагменти демонструють розбіжності текстів. Наприклад, у першому реченні англомовного тексту є пояснювальний підрядний зворот «because it contains important information for you», що виконує роль ампліфікатива. Він був вилучений перекладачем, ймовірно з огляду на очевидність даного ствердження («вкладиш містить важливу для вас інформацію») для пацієнта.

У другому реченні англомовного тексту й третьому реченні україномовного спостерігається вживання ситуативного еквівалента із ширшим семантичним значенням «знадобитися» для відтворення лексеми to read. Натомість у листку-вкладиші до препарату Копегус, сертифікованого для поширення в Білорусі, ми бачимо буквальний відповідник:

Сохраните это листок-вкладыш. Вам, возможно, понадобится прочитать его снова (Копегус. Листок-вкладыш).

В останньому абзаці україномовного фрагмента спостерігаємо тенденцію до інтенсифікації комунікативного ефекту («побічні ефекти набувають серйозного характеру») в порівнянні з оригіналом (if you get any side effects). Потенційно ця розбіжність може призвести до того, що пацієнти звертатимуться до лікаря лише у випадку серйозних порушень, у той час як автори англомовного тексту наголошують на засобах профілактичного характеру (недугу легше попередити, аніж лікувати). Нормативні документи, присвячені юридичним аспектам фармацевтичного маркування (зокрема, шляхам уникнення позовів з боку споживачів) на міжнародному рівні, у цьому випадку обстоюють буквальний переклад.

Ампліфікативна стратегія українського перекладу спостерігається і в градаційному вживанні прикметників на позначення побічної дії ЛЗ (спочатку «побічні ефекти», потім «небажані ефекти» замість нейтрального side effects, possible side effects у оригіналі). Комунікативно-прагматична інтенція перекладача полягає в засторозі споживача, заклику до пильності. Однак, на нашу думку, в цьому випадку застерога аж занадто актуалізована й межує зі стилістичною недолугістю («небажані ефекти, які не включені в цей вкладиш»).

Виважений аналіз стилістичних особливостей перекладених листків-вкладишів набуває актуальності з огляду на загальносвітову тенденцію активної участі пацієнтів (patient empowerment) у терапевтично-профілактичних заходах. Останнє дослідження британських учених доводить, що половина пацієнтів порушують терапевтичний режим через те, що не розуміють рекомендацій лікаря й загалом не мають медичної обізнаності [10, с.142-143].

Таким чином, аспект доступності (lay-friendliness) перекладених інформаційних текстів, призначених для пацієнтів, виходить на перші позиції в порівнянні з дотриманням жанрових конвенцій або вимогами термінологічної насиченості медичних текстів. Й.Аскехейв і К. Зетсен, спираючись на результати зіставного аналізу, стверджують, що інформаційні листки, перекладені з англійської данською мовою, читаються складніше, аніж оригінали [13]. Дослідники пояснюють цей факт наявністю двох конфліктуючих скопосів: 1) забезпечити адекватний переклад, доступний для розуміння непідготованих читачів, 2) забезпечити переклад, що відповідає національним вимогам до сертифікації ЛЗ (наприклад, тим, що стосуються термінологічної насиченості текстів) [13, с.32]. Представництва фармацевтичних компаній у

Європі залучають до перекладу інформаційних листків фармацевтів, а не професійних перекладачів, чим і пояснюється складність цільових текстів.

Натомість в Україні інформаційні листки-вкладиші, призначені для пацієнтів, зустрічаються рідко (за нашими підрахунками, становлять лише 10 % від загальної кількості інструкцій) і обмежено (переважно супроводжують біодобавки). Сертифікаційну відповідність медичних препаратів забезпечують ІМЗ, призначені для спеціалістів, яким властиві характеристики професійного медичного дискурсу (висока термінологічна насиченість, відсутність тлумачень, непряма адресованість тощо).

Так, із 2614 слів української інструкції для застосування крему Алдара 125 є термінами іншомовного походження (з них витлумачені лише 4), а 78 термінів мають питоме українське походження. Для порівняння, із 3263 слів оригіналу 67 є неасимільованими термінологічними запозиченнями (всі супроводжуються тлумаченнями), ще 34 медичні терміни мають автохтонне походження або були асимільовані англійською мовою (наприклад, fatigue, migraine, depression, anorexia тощо).

Паралельне зіставлення двох текстів допомагає виявити випадки міжмовного тлумачення (у оригінальному тексті описовий зворот, в українському – термін):

1) Painful skin reactions have very rarely made it difficult for some women to pass urine (Aldara™ 5% cream).

У деяких випадках ці реакції були тяжкими і ставали причиною дизурії у жінок (Алдара крем 5%).

2) In some individuals a lowering of blood counts was noted. A lowering of blood counts might make you more susceptible to infections, make you bruise more easily or cause fatigue (Aldara™ 5% cream).

У поодиноких випадках спостерігалося зниження рівня гемоглобіну, рівня лейкоцитів крові, абсолютної кількості нейтрофілів і тромбоцитів, але це не потребувало втручання(Алдара крем 5%).

Загалом можна вирізнити три основні стратегії, які застосовували українські перекладачі, прагнучи донести зміст оригінального тексту до непідготовленого читача з мінімальними втратами змісту:

1) заміна запозиченого медичного терміна україномовним (субституція): condylomata acuminata (Aldara™ 5% cream) – гострокінцеві кондиломи (Алдара крем 5%).

2) зміна позиції терміноелемента в реченні: спочатку україномовне тлумачення, потім медичний термін, терміноелемент або абревіатура (транспозиція): Perindopril is an ACE (angiotensin converting enzyme) inhibitor (Coveram) – ПРЕСТАРІУМ® є інгібітором ангіотензин-перетворюючого ферменту (АПФ) (Престаріум).

3) додавання експлікативного елемента, відсутнього у оригіналі: Do not take COVERAM if you have experienced symptoms such as wheezing, swelling of the face or tongue, intense itching or severe skin rashes with previous ACE inhibitor treatment or if you or a member of your family have had these symptoms in any other circumstances (a condition called angioedema) (Coveram) – У яких випадках не слід приймати ПРЕСТАРІУМ®: якщо раніше при прийомі інших інгібіторів АПФ або за інших обставин у вас проявлялися такі симптоми, як свистяче дихання, набряк обличчя або язика, інтенсивний свербіж або рясний шкірний висип (ангіоневротичний набряк) (Престаріум).

Необхідно констатувати, що адаптивні стратегії в перекладах інформаційних листків українською відзначалися рідко (лише в 7,53 % від 93 випадків терміновживань у 41 україномовному перекладеному інформаційному листкові).

На противагу адаптивним стратегіям були відзначені й буквалістські (або «резистентні» за визначенням Л.Венуті [19]), які погіршували читабельність перекладеного тексту:

1) перенесення оригінального медичного терміна в перекладений текст у незміненому вигляді: polycystic ovarian syndrome (PCOS) (Metformin) – синдром полікістозних яєчників (PCOS) (Метформін).

2) перенесення оригінального медичного терміна в перекладений текст без пояснень його значення: polycystic ovarian syndrome (Metformin) – синдром полікістозних яєчників (синдром Штейна-Левенталя) (Метформін).

Парентетична номінація в дужках є епонімом, що позначає той самий розлад. Вона може розглядатися як пояснення для науковців, але не для пацієнтів.

3) вживання запозиченого медичного терміна, хоч у мові перекладу існує відповідна лексема автохтонного походження: Sachets should not be re-used once opened (Aldara™ 5% cream) – Не допускається повторне використання розкритих саше (в попередніх розділах інформаційного листка застосовувалася лексема «пакетик») (Алдара крем 5%).

4) вживання запозиченого медичного терміна, хоч у оригінальному інформаційному листку застосовується автохтонна лексема (описовий зворот):

What Panadol Soluble is and what it is used for. Panadol Soluble provide fast and effective relief of headaches, toothache, backache, rheumatic and muscle pains and period pain. It also relieves sore throat and the feverishness, aches and pains of colds and flu (Panadol 500 mg Soluble Tablets).

Показання для застосування. Симптоматичне лікування болю (головного болю, мігрені, болю у спині, зубного, ревматичного болю, болю у м'язах і під час менструації) та гіпертермії при застуді і грипі (Панадол Солюбл).

Буквалістські (або «резистентні») перекладацькі стратегії становили 92,47 % від 93 випадків терміновживань у 41 україномовному перекладеному інформаційному листкові).

Необхідно зважати й на те, що англомовні листки-вкладиші часто супроводжуються піктограмами, які ілюструють методику застосування ЛЗ і основні застереження,

Рис. 1. Інструкції для застосування крему Алдара (Aldara™ 5% cream)

адресовані пацієнтам. Таким чином, ми можемо віднести їх до категорії креалізованих текстів, у яких вербальна інформація чергується з малюнками, діаграмами, графіками тощо. У перекладені українською мовою тексти графічні компоненти переносяться дуже рідко, лише в тих випадках, коли ЛЗ є технічним приладом (наприклад, глюкометром), а не препаратом.

Буквалістські (або «резистентні») перекладацькі стратегії суперечать наказові МОЗ України від 03.05.01 р. № 163 «Про затвердження Вимог до інформації про застосування лікарського засобу», в якому стверджується, що «текст листка-вкладиша не повинен бути переобтяжений інформацією, якою хворий неспроможний скористатися самостійно, не маючи спеціальної освіти» [3].

Тим не менш, Віктор Чумак, заступник директора ДП «Державний фармакологічній центр» МОЗ України, й Олена Нагорна, керівник Комісії з номенклатури та інструкцій з патентних груп ДП «Державний фармакологічній центр» МОЗ України, наголошують на необхідності розроблення методичних рекомендацій щодо складання листків-вкладишів. ДП «Державний фармакологічний центр» МОЗ України підготував проект Правил складання листків-вкладишів згідно із проектом наказу МОЗ про графік переходу до запровадження листків-вкладишів [3].

Процес перетворення ІМЗ на інформаційні листки для пацієнтів є прикладом внутрішньомовного перекладу, спричиненого зміною реципієнтів (з фахівців на нефахівців). Коли ж, як в Україні, перекладений текст змінює свої жанрові характеристики, ми говоримо про особливий випадок міжмовної адаптації – переклад-редагування (або transediting). Термін transediting був запроваджений К.Стеттінг у 1989 р. і з того часу використовується в іноземному перекладознавстві на позначення «стратегій, що в основному мають на меті відбір перекладачем релевантної інформації з урахуванням параметрів цільової аудиторії» [17, с.107].

К.Стеттінг описала три різновиди перекладу-редагування: 1) коригуючий (cleaning-up transediting) – адаптування цільового тексту, виходячи з вимог мовного узусу, щоб він був «більш точним, ідіоматичним та правильно оформленим» [17, с.353], 2) ситуативний – адаптування цільового тексту, виходячи з функції, яку він виконуватиме в новому соціальному контексті, 3) культурний – адаптування цільового тексту, виходячи з вимог цільової культури [17, с.357].

Іншими словами, в Європі інформаційні листки переписують, бо вони належать до так званих «підмандатних жанрів» (тобто тих, які регулюються нормативно-правовими актами) [4], при цьому вдаючись до інтрамовного перетворення (якщо вважати євролект окремою мовою). В Україні ж цей жанр медичних документів приживається так повільно через те, що в суспільстві досі існує стереотип, виходячи з якого медична інформація є закритою для пацієнтів.

Згідно зі статтею 63 (2) Директиви 2001/83/ЄС Європейського Парламенту і Ради ЄС від 6 листопада 2001 г. «Про звід законів Співтовариства щодо лікарських засобів для людини», «листок-вкладиш повинен бути читабельним офіційною мовою чи офіційними мовами країни ЄС, якщо лікарський засіб розміщується на ринку, як зазначено в рамках цієї директиви, цією країною ЄС» [2]. З метою забезпечення читабельності інформаційних листків Європейська агенція лікарських засобів (ЕМеА)

запровадила декілька проектів, серед яких шаблон інформаційного листка різними мовами країн ЄС, рекомендації щодо покращення читабельності перекладених листків, а також споживчі тести кожного з листків.

Тим не менш, перша версія інформаційного листка складається англійською мовою, й саме ця версія подається на розгляд перед випуском ЛЗ на ринок. Її ж і перевіряють за допомогою споживчого тесту, а рішення про переклад приймається Комітетом з лікарських препаратів для людини (КЛПЛ) уже після того, як ЕМеА дає дозвіл на випуск ЛЗ на міжнародний ринок. Якість перекладу не перевіряється урядовими органами.

Визнаючи необхідність еквівалентного перекладу інформаційного листка, Єврокомісія все ж заявляє, що «чітке й буквальне відтворювання тексту оригіналу призведе до того, що листки-вкладиші цільовою мовою включатимуть багато неприродних формулювань, незрозумілих пацієнтам. Тому перекладені версії листків-вкладишів різними мовами повинні бути адекватними (faithful), з урахуванням регіональних особливостей, проте зі збереженням основного змісту» [9, с.22].

При цьому вимоги до адекватності перекладу відрізняються залежно від країни. Серед них зустрічаються як рекомендації необов'язкового характеру (необхідно віддавати перевагу дієсловам активного стану, особовим займенникам, загальнопоширеній лексиці), так і уніфіковані й розподілені за категоріями в так званій Формі перевірки якості документів 1 (Quality Review of Documents (QRD) Form 1) ЕМеА («Відсутні слова чи речення», «Хибні переклади наукових формулювань» ("Scientific incorrect translations"), «Неточності (неточний переклад, що включає орфографічні, пунктуаційні, граматичні помилки)», «Редагування, стилістичні зміни (перефразування)»). Як бачимо, про читабельність і доступність у більш довершеній класифікації вимог до адекватного перекладу листків-вкладишів не сказано ні слова.

На думку данських перекладознавців М.Нізбет Єнсен і К.Корнінг Зетсен, суттєво ускладнювати читабельність перекладених інформаційних листків можуть як лексичні, так і граматичні елементи [13, с.41]. На лексичному рівні перепони розумінню інформації пересічним читачам створюють греко-латинські лексеми: пацієнти губляться, зустрівши в тексті запозичення, які медики вважають загальноприйнятими й широковживаними [18]. Це свідчить про існуючі розбіжності в сприйнятті спеціалізованої та неспеціалізованої лексики експертами та непідготованими реципієнтами [14].

Що ж до номіналізації, то її не можна вважати ексклюзивною ознакою перекладених медичних текстів, радше – невід'ємним елементом експертної комунікації або наукового дискурсу. Переважання номіналізованих структур робить текст знеособленим (або «безадресним») [7, с.98], компактним, проте абстрактним, а інформацію – складною для засвоєння [8, с.187]. М.Халлідей вважав вживання номіналізованих структур «лакмусовим папірцем», що розрізняє експертів та непосвячених (experts and uninitiated). «Номіналізаційна метафора виникла й розвинулася в науково-технічному регістрі, виконуючи подвійну роль: по-перше, сприяла створенню ієрархії технічних термінів, а по-друге, уможливлювала покроковий виклад аргументації, в якій складні фрагменти «пакувалися» в номінативні конструкції» [11, с.353].

Дослідження данських учених показало, що як пасивні, так і номіналізовані конструкції змушують пацієнтів сумніватися щодо того, хто саме повинен виконувати

дії, описані в інформаційному листкові (наприклад, активувати астматичний інгалятор або провести детоксикацію у випадку передозування):

Treatment with N-acetylcysteine may be used up to 24 hours after ingestion of paracetamol, however, the maximum protective effect is obtained up to 8 hours post-ingestion. If vomiting is not a problem, oral methionine may be a suitable alternative for remote areas, outside hospital (Panadol 500 mg Soluble Tablets).

Метіонін перорально або ацетил-цистеїн внутрішньовенно можуть мати позитивний ефект протягом 48 годин після передозування. Необхідно також вжити загально підтримуючих заходів (Панадол Солюбл).

Як бачимо, і у оригінальному, і в перекладеному тексті відсутня вказівка на агента й реципієнта описаних заходів. Гіпотетично, це може мати згубні наслідки, призвести до спроб самолікування або нехтування серйозністю симптомів (if vomiting is not a problem).

Незважаючи на те, що експериментальне дослідження показало покращання читабельності текстів після вербалізації номіналізованих конструкцій [8, с. 186], перекладачі інформаційних листків не тільки не вдаються до відповідної трансформації, а часто самі запроваджують номіналізацію в тексті:

Always take this medicine exactly as your doctor has told you (Copegus 200 mg film-coated tablets).

Застосування Копегусу має відбуватися тільки під контролем лікаря (Копегус).

Do not take Copegus: if you are allergic to ribavirin or to any of the other ingredients of this medicine (Copegus 200 mg film-coated tablets).

Не починайте приймати Копегус: Якщо у Вас гіперчутливість (алергія) до рибавірину та/або будь-якого іншого інгредієнта препарата Копегус (Копегус).

Результати проведеного аналізу інформаційних листків-вкладишів у оригіналі й перекладі вказують на наступні тенденції:

1) Перекладачі фармацевтичних текстів, призначених для споживачів без спеціальної медичної освіти, наслідують жанрові характеристики Інструкцій для медичного застосування препарату (ІМЗ), призначених для спеціалістів.

2) Демонструючи ідеалізоване сприйняття фонових (екстралінгвальних) знань пацієнта, вони завищують комунікативні очікування [6]. Зрештою перекладачі можуть хибно вважати, що рівень компетенції пацієнта приблизно дорівнює їхньому (П.Хайндс назвав цей феномен «прокляттям експертного знання» (curse of expertise) [12, с.205].

3) Навіть усвідомлюючи специфіку соціокультурних параметрів, які заважають реципієнтам адекватно сприймати цільовий текст, перекладачі рідко вдаються до трансформацій тексту в бік спрощення, доступності й покращання читабельності (переклад-редагування).

ЛІТЕРАТУРА

1. Афанасьева Т.Г., Акиньшина Н.И., Махинова Е.Н. Маркировка фармацевтических товаров: учебно-методическое пособие по специальности – Фармация/Т.Г.Афанасьева, Н.И.Акиньшина, Е.Н. Махинова. – Воронеж: Воронежский государственный университет, 2006. – 72 с.

2. Європейський Парламент і Ради ЄС. Директива 2001/83/ЄС від 6 листопада 2001 г. «Про звід законів Співтовариства щодо лікарських засобів для людини». – [Електронний ресурс] – Режим доступу: dec.gov.ua/site/files/farmakonaglyad/d1.doc
3. Чумак, Віктор, Нагорна, Олена. Про листки-вкладиші на зареєстровані в Україні лікарські засоби/Віктор Чумак, Олена Нагорна//Аптека.ua. – 2001. – 320 (49) – [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.apteka.ua/article/12501.
4. Askehave, Inger, Zethsen, Karen Korning. Communication Barriers in Public Discourse/Inger Askehave, Karen Korning Zethsen//Document Design. – 2003. -4(1), – C.23–42.
5. Askehave, Inger, Zethsen, Karen Korning. Translating for laymen/Inger Askehave, Karen Korning Zethsen//Perspectives: Studies in Translatology. – 2002. – 10(1). – C.15–29.
6. Bromme, Rainer, Jucks, Regina, Wagner, Thomas. How to Refer to 'Diabetes'?: Language in Online Health Advice/Rainer Bromme, Regina Jucks, Thomas Wagner//Applied Cognitive Psychology. – 2005. – 19. – C.569–586.
7. Charrow, Veda. Readability vs. Comprehensibility: A Case Study in Improving a Real Document/Veda Charrow//A. Davidson & G. M. Green (Eds.), Linguistic Complexity and Text Comprehension – Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum, 1998. – C. 85–114.
8. Coleman, E. B. The Comprehensibility of Several Grammatical Transformations/E.B.Coleman// Journal of Applied Psychology. – 1964. – 48(3). – C.186–190.
9. European Commission. Guideline on the Readability of the Labelling and Package Leaflet of Medicinal Products for Human Use. – 2009. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://ec.europa.eu/health/files/eudralex/vol-2/c/2009_01_ 12_readability_guideline_final_ en.pdf.
10. Fage-Butler, Antoinette. Including Patients' Perspectives in Patient Information Leaflets: A Polyocular Approach/Antoinette Fage-Butler//Fachsprache. – 2013. – 3-4. – C.140-154.
11. Halliday, Michael A. K. An Introduction to Functional Grammar. – London: Arnold, 1994. – 432 c.
12. Hinds, Pamela J. The Curse of Expertise: The Effects of Expertise and Debiasing Methods on Predictions of Novice Performance/Pamela J. Hinds// Journal of Experimental Psychology: Applied. – 1999. – 5(2). – C.205–221.
13. Jensen, Matilde Nisbeth, Zethsen, Karen Korning. Translation of Patient Information Leaflets: Trained Translators and Pharmacists-cum-Translators – A Comparison/Matilde Nisbeth Jensen, Karen Korning Zethsen//Linguistica Antverpiensia. – 2012. – 11. – C.31-49.
14. Jucks, Regina, Bromme, Rainer. Choice of Words in Doctor-Patient Communication: An Analysis of Health-Related Internet Sites/Regina Jucks, Rainer Bromme//Health Communication. – 2007. – 21(3). – C.267–277.
15. Montalt, Vicent, Gonzalez-Davies, Maria. Medical Translation Step by Step: Learning by Drafting/Vicent Montalt Resurrecció, Maria Gonzalez-Davies. – Abingdon: Taylor & Francis, 2007. – 298 p.
16. Shiyab, Said M., Rose, Marilyn Gaddis, House, Julian (eds.) Globalization and Aspects of Translation/Said M. Shiyab, Marilyn Gaddis Rose, Julian House. – Newcastle upon Tyne, UK: Cambridge Scholars Publishing, 2010. – 240 c.
17. Stetting, Karen. Transediting – A New Term for Coping with a Grey Area between Editing and Translating/Karen Stetting//Proceedings of the Fourth Nordic Conference for English Studies. – Copenhagen, 1989. – C. 371-382.
18. Thompson, Carol Lynn, Pledger, Linda M. Doctor-Patient Communication: Is Patient Knowledge of Medical Terminology Improving?/Carol Lynn Thompson, Linda M. Pledger//Health Communication. – 1993. – 5(2). – C.89–97.

19. Venuti, Lawrence. The Translator's Invisibility: A History of Translation. – London, NY: Routledge, 1995. – 368 c.
20. Wermuth, Maria-Cornelia. Innovative Teaching Strategies for Training Graduates in Medical Translation/Maria-Cornelia Wermuth//Shiyab, Said M., Rose, Marilyn Gaddis, House, Julian (eds.) Globalization and Aspects of Translation. – Newcastle upon Tyne, UK: Cambridge Scholars Publishing, 2010. –C.100-110.

ІЛЮСТРАТИВНИЙ МАТЕРІАЛ

1. Алдара крем 5%, 250 мг, пакетики 12 шт. Опис українською [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://a24.com.ua/products/aldara-krem-5-250-mg-paketiki-12-sht-meda.
2. Копегус. Листок-вкладыш. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://pdf.Webapteka.by/kopegus.pdf.
3. Копегус. Інструкція для медичного застосування препарату. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://mozdocs.kiev.ua/likiview.php?id=8378.
4. Метформін. Інструкція для медичного застосування препарату. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://mozdocs.kiev.ua/likiview.php?id=27425
5. Панадол Солюбл. Інструкція для медичного застосування препарату. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://mozdocs.kiev.ua/likiview.php?id=14774
6. Престаріум ® 4 мг. Інструкція для медичного застосування препарату. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://mozdocs.kiev.ua/likiview.php?id=1931.
7. Тайленол колд бесседативный мультисимптомный (MULTI-SYMPTOM TYLENOL COLD NON-DROWSY) – [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.qmed.com.ua/liky/?lik=MULTI-SYMPTOMTYLENOLCOLDNON-DROWSY
8. Aldara™ 5% cream. PACKAGE LEAFLET: Information for the user. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://www.medicines.org.uk/emc/PIL.3902.latest.pdf.
9. Copegus 200 mg film-coated tablets. Package Leaflet: Information for the patient. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.medicines.org.uk/emc/PIL.11754.latest.pdf
10. Coveram. Package leaflet. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.servier.com/sites/default/files/Coveram_pil.pdf
11. Metformin. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.drugs.com/metformin.html
12. Panadol 500 mg Soluble Tablets. Patient Information Leaflet. [Електронний ресурс] – Режим доступу: file:///C:/Users/Media/Downloads/PIL.15553.3%20(1).pdf
13. Tylenol Cold Multi-Symptom Nighttime. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.drugs.com/mtm/tylenol-cold-multi-symptom-nighttime.html

Стаття надійшла до редакції 15.10.14 р.

Поворознюк Р.В., к.ф.н., доц.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

ПЕРЕВОД АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ИНСТРУКЦИЙ ПО ПРИМЕНЕНИЮ МЕДИЦИНСКИХ ПРЕПАРАТОВ НА УКРАИНСКИЙ ЯЗЫК

В статье рассмотрены коммуникативно-прагматические характеристики особого жанра медицинских текстов – инструкции по применению медицинских препаратов. Проведен сопоставительный анализ требований, предъявляемых к оформлению данных текстов в культурах ИЯ и ЯП. Определен массив лексико-стилистических явлений, затрудняющих процесс

перевода медицинских инструкций. Исследованы прагматические особенности их воспроизведения с помощью методики перевода-редактирования.

Ключевые слова*: медицинский перевод, инструкции по медицинскому применению препарата (ИМП), листок-вкладыш, перевод-редактирование, адекватность*

Povoroznyuk R.V., Ph.D. (Philol.Sc.), Associate Professor,
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

ASPECTS OF CONSUMER MEDICINE INFORMATION'S TRANSLATION INTO UKRAINIAN

The article deals with communicative and pragmatic aspects of a specific genre of medical texts – consumer medicine information. Contrastive analysis of norms regulating composition of the above mentioned texts in the original and target cultures is presented. Lexical and stylistic phenomena obfuscating their translations are explored. Pragmatic characteristics of transediting are discussed in the light of its use for rendering the instructions.

Keywords: *medical interpreting, consumer medicine information, patient information leaflets (PILs), transediting, adequacy.*

УДК 81'42+81'246.3

Радзієвська Т .В., д. філол. н., проф.,
Інститут мовознавства ім. О.О.Потебні НАНУ, м. Київ

МІЖМОВНА ВЗАЄМОДІЯ КРІЗЬ ПРИЗМУ ЕПІСТОЛЯРНОГО ДИСКУРСУ ВОЛОДИМИРА НАБОКОВА ТА ЕДМУНДА ВІЛСОНА

У статті на матеріалі листування В.Набокова та Е.Вілсона розглядаються особливості епістолярного текстотворення, пов'язані з широким вживанням лексико-синтаксичних одиниць французької та російської мов. Окреслюється репертуар цих одиниць у контексті міжмовної взаємодії та основні типи їх вживання кореспондентами, аналізуються їхні функції в тексті.

Ключові слова*: англомовний епістолярний дискурс, міжмовна взаємодія, листування Набоков – Вілсон, функції французьких та російських лексико-синтаксичних одиниць.*

Як відомо, чимало своїх праць Ю.О.Жлуктенко присвятив проблемі мовних контактів, явищу інтерференції та її типам і різновидам, процесам, позначеним запозиченнями, різноманітним результатам міжмовної взаємодії [2,3,4]. Явище взаємодії мов та її результати можна розглядати не лише в проекції на мовну систему та зрушення в ній, але й в проекції на мовну діяльність, мовлення, процеси текстотворення і різні типи дискурсивних практик. Вияви контактування мов властиві мовленнєвій діяльності загалом, мовець реалізує в ній свою мовну компетенцію, свої креативні наміри, преференції в номінативній діяльності та ін. Відтак характер міжмовної взаємодії можна досліджувати у будь-якому ракурсі, акцентуючи увагу на певному її аспекті, зокрема

на білінгвізмі комунікантів, що утворюють ту чи іншу мовну спільноту. Білінгвістична (або три- чи мультилінгвістична) компетенція відіграє роль одного з найбільш «провокативних» факторів, що призводять до створення одиниць, які виникають у результаті міжмовної взаємодії. Нижче ми розглянемо один з конкретних випадків контактування мов у проекції на епістолярне текстотворення, а саме – на **матеріалі** англійського листування письменника Володимира Набокова (1899–1977) та відомого американського критика і літературного діяча Едмунда Вілсона (1895–1972).

У цьому листуванні кореспонденти виступають як трилінгви (обидва блискуче володіли французькою мовою, Вілсон упродовж певного періоду вивчав російську мову і читав твори російської класики в оригіналі, а для Набокова російська була рідною) і однією з особливостей листів є широке використання в них французьких та російських лексичних одиниць, певних усталених виразів, цілих речень, які становлять **предмет** нашого аналізу. У зв'язку з цим **метою** даного дослідження буде опис репертуару іншомовних одиниць у англійському епістолярному тексті в обох кореспондентів, а **завданнями** – виявлення їх лексико-синтаксичних преференцій та мотивації щодо номінативного вибору, функцій іншомовних одиниць.

Листування охоплює період з 1940 р. по 1964 р. і утворює корпус текстів, що містить більше трьохсот листів [5]. Їх розгляд дає підстави для виділення певних типів слововживань, які зумовлені номінативними стратегіями авторів. Перш за все, треба звернути увагу на той лексичний шар, поява якого пов'язана з тематикою листування, в якому вагоме місце (протягом усіх років) займає обговорення творів літературної класики, літературних новинок, тих чи інших письменників, їх стилістики, взаємодії літературних напрямів, зв'язку російської класичної літератури з французькою літературною традицією. Цей тематичний вплив «матеріалізується» як у вживання назв творів і под. (ідентифікуюча лексика, за Н.Д.Арутюновою [1]), так і у вживанні одиниць, мова яких корелює з обговорюваною тематикою (елементи іконізму). Так, у текстах Набокова знаходимо назви тих чи інших творів французької літератури, певних видань, напр., книг А.Мальро «Temps du Mépris», «La Condition Humaine» (27.11.1946); книг Ж.Жене «Nôtre-Dame des Fleurs», «Journal du Voleur» (17.04.1950); поеми Е.Парні «Epître aux Insurgents» (3.09.1948) та ін. Чимало французьких вкраплень спостерігаємо в листах при обговоренні творів Ж.Жене, які у обох кореспондентів викликали жвавий інтерес: *...is simply very bad, mediocre littérature at its best; the description of mores of tantes; The pièce of résistance…; The only jeune putain was sandwiched between two boys…* (28.04.1950). На запитання Вілсона щодо його думки про твори популярної французької письменниці Коллет, Набоков відповідає, що це література для дітей: *C'est pour les gosses. Second rate vacational literature* (24.01.1952).

Те саме стосується й одиниць російської мови, які виникають при обговоренні тих чи інших літературних тем: російськомовні вкраплення охоплюють назви творів, цитовані фрагменти, окремі вислови, певні поняття. Так, назви творів у листах Вілсона подаються як кирилицею, так і в латинській транслітерації: *Русалка, Каменный Гость, Цыганы, Домик в Коломне* (8.08.1942), *Медный Всадник, Полтава, Братья Разбойники* (7.03.1943), *Евгений Онегин* (24.01.1944), *Вий, Вечера* (31.08.1944), *Драма на Охоте* (3.11.1952), *Сказание Авраама Палицына* (7.04.1958), *Черный Монах*

(3.06.1950); *Domik v Kolomne, Pikovaya Dama, Medny Vsadnik* (23.11.1943*), Gore ot Uma, Shinel* (15.12.1943). Певні вживання одиниць російської мови зумовлені обговоренням її граматичних особливостей, стилістичних нюансів певних висловів, які викликають запитання у Вілсона і щодо яких Набоков дає свої роз'яснення. Так, у листі 5.05.1950р. він розкриває значення російських висловів і пояснює їх Вілсону, використовуючи ресурс французької мови: *There is no difference between, say, как ты мил and какой ты милый. But in some cases the meaning may suffer. For example какая она хорошая means comme elle est bonne (I find Russian translates so much better into French) but как она хороша would mean comme elle est belle* (5.05.1950). В одному з останніх листів знаходимо пояснення різниці значення слів *рябь* и *зыбь*, які привернули увагу Вілсона при читанні Блока: *The difficult bit is ledyanaya ryab' which, of course, is not "ice-bound", but glacial, icy-looking; and ryab' is not zïb' – not an ordinary ripple but a very fine corrugation or wrinkling of the water surface* (25.02.1964).

Проте значно більш характерним для листів і Набокова, і Вілсона є використання поширених виразів, мовленнєвих кліше, словосполучень, ідіоматичних одиниць, входження яких до тексту листа не пов'язано з обговорюваною французькою або російською тематикою. Функція таких одиниць у листі безпосередньо корелює з завданнями встановлення та підтримки комунікативного контакту з адресатом, причому одиниці двох мов представлені в цій функції паритетно.

З початку епістолярного спілкування в 1940р. французький лексикон виступає важливим ресурсом для зменшення комунікативної дистанції між кореспондентами, особливо в листах Набокова. Так, в одному з перших листів до Вілсона (у його фінальній частині) з'являється фраза ***Du choc des opinions jaillit la vérité*** *like a football which provokes a wild scramble all over again* (20.12.1940), що вносить інтонацію примирення, оскільки сам лист присвячений, як і попередні листи обох кореспондентів, складній дискусії стосовно російської історії та її особистостей. В іншому листі, вдячний за допомогу, Набоков у фінальній частині включає формулу, типову для французького епістолярного етикету минулих століть: *Veuillez agréer, cher Maître, l'expression de mes sentiments devoués* (29.06.1944). Іноді французькі фрази та вислови, поширені в щоденній комунікації, з'являються при загальній оцінці ситуації, відображенні загального ставлення до того, що відбувається, до великих або маленьких подій. Так, повідомляючи про невдачу з від'їздом на відпочинок, Набоков іронічно відзначає: *Cela devient comique* (27.08.1950).

Крім цілісних французьких фраз та усталених виразів, а в окремих випадках значних фрагментів речення вельми характерним для Набокова є вживання окремої французької лексеми, що вбудовується в структуру англійського речення. Наведемо приклади: *I feel that somehow I have committed a* ***gaffe****…* (7.02.1944). *After this I had my greatest attack of vomiting and* ***le rest[e]****…* (9.06.44). *I never told you how I loved your little article on Davies' style (in Partisan, I think), – perfectly admirable, one of your very best* ***morceaux*** (2.12.1944). *...but have now made it quite clear to the New Yorker that there will be no "revising" and "editing" of my stories* ***dorénavant*** (17.06.1945*). We were very happy to learn you were* ***de retour*** (27.09.1945). *Is it* ***bien vu*** *in the literary circles?* (21.06.1946). *There is a kind of* ***fatalité*** *about that visit…* (10.04.1948). *It is probable that*

Harry and Lena Levin will ***héberger*** *us between the 7th and the 11th* (28.05.1950). *We have a very charming, ramshackle, with lots of* ***bibelots*** *and a good* ***bibliothèque****…* (21.02.1952). *Moe* ***vient de*** *inform me that I am getting a grant for the translation of "You Gin? One Gin"…* (19.04.1952), де йдеться про представника фонду Гуггенхайма Генрі Мо. *The very* ***sympatique*** *Jason Epstein has visited me here* (2.07.1955). ***D'ailleurs****, if you turn to Chapter 13 of my CONCLUSIVE EVIDENCE, you will find all the information you need on the question* (21.01.1957). *Write me* ***un mot*** (15.02.1958). Французькі одиниці займають тут різні синтаксичні позиції (додаток, означення, обставина, вставне слово, що відноситься до всієї пропозиції, присудок), і особливо цікавими є дієслівні сполучення *will héberger*, *vient de inform*, що демонструють характер міжмовної взаємодії. Слід підкреслити, що подібні французькі вкраплення, близькі до виявів мовної гри, виступають невід'ємною ознакою стилю спілкування двох літераторів, їхня функція, як і всього французького компонента, пов'язана з функцією дискурсивної самореалізації, природної для середовища інтелектуалів, однак у Набокова ця самореалізація позначена також інтенцією уникати штампів, повторів і націлена на пошук можливих словесних комбінацій.

Аналогічна картина спостерігається і з використанням одиниць російської мови, які входять до синтаксичної структури англійського речення у транслітерованому оформленні, рідше – в «аутентичному»: *Do you think I could ask him to have at least one of them […] translated* ***vprok****?* (5.01.1942). *My knowledge of English versification is merely a* ***"shapochnoye znakomstvo"*** (24.08.1942). ***Na vsyakyi sloochay*** *I have just sent him a nightletter…* (21.12.1943). *…I could select about a dozen readable shorts (Zoshchenko, Kaverin, Babel, Olesha, Prishvin, Zamiatin, Leonov –* ***и обчелся****).* (3.01.1944). *The perfect poshliak* (2.12.1944). *I hoped the whole thing somehow утрясется* (27.09.1945). *The man K. was – and probably has remained – a typical Russian fascist of the old school,* ***chernosotenetz i durak*** (25.01.1947). *Would you care to* ***nashchupat' pochvu*** *in The New Yorker…* (25.01.1947). *The Russian* ***sud*** *after the Alexander reforms was a magnificent institution, not only on paper* (23.02.1948). *…dissolved your соцэкономический подход* (1.11.1948). *….keep it up (the* ***идейность****), for God's sake* (1.11.1948).

Подібних явищ у листах Вілсона щодо російської мови значно менше. Схоже, що Вілсон, вживаючи іншомовну одиницю, підтримує своїм білінгвістичним реченням спосіб використання мовних ресурсів, запропонований Набоковим, завдяки чому реалізується контактна функція. Так, у листі Вілсона 20.01.1941, можливо, під впливом враження від читання роману Набокова «The Real Life of Sebastian Knight», де чимало виявів мовної гри, побудованої на змішуванні мовних кодів, знаходимо таку фразу: *It makes me eager to read your Russian books, and I am going to tackle them when my* ***русский язык*** *is a little stronger*. У листі 31.05.1945 він вперше використовує колажну техніку Набокова: *…to think that Chichikov was выдуманный by Gogol…* (31.05.1945), а в іншому листі знаходимо: *… and am trying to settle down to work, so must* ***прекратить*** *this* ***литературную переписку*** (25.05.1950), проте подібні, по суті, ігрові ходи при породженні висловлення загалом значно менш типові для Вілсона, ніж для Набокова. Водночас у деяких його листах фігурують одиниці ідентифікуючого типу, близькі за своїми функціями та значенням до термінів. Так, у листі 18.01.1952 Вілсон непрямо

повідомляє про те, що створив теорію «*решительного шага*» і «*пристального взгляда*», хоча прямо не роз'яснює, в чому вона полягає: *Have I expounded to you my theory of the role in Russian literature of the* ***решительный шаг*** *and* ***пристальный взгляд*** *?* (18.01.1952). У іншому листі він використовує словосполучення *неприличная литература*, яке набуло статусу терміна в контексті даного листування: *Dear Volodya: It lately occurred to me that I have not been sending you* ***the неприличную литературу*** *with which I need to supply you and which no doubt inspired Lolita, so I am including this in my Christmas packet* (12.1963). Окрему тему в листуванні складає обговорення питань граматики і лексики російської мови, в рамках якого предметом дискусії, обговорення, питань і відповідей стають окремі лексеми та їх значення, синонімічні мовні засоби, використання тих чи інших словоформ російськими письменниками-класиками, нюанси значення, неологізми, синтаксичні конструкції, в зв'язку з чим у листах Вілсона з'являється чимало запитань, думок, оцінок.

Щодо ресурсу французької мови, яка підживлює епістолярне текстотворення Вілсона, то слід сказати, що в ньому представлено чимало одиниць розмовного мовлення, які легко вбудовуються в англійське речення. Це переважно клішовані словосполучення, усталені вирази, елементи мовленнєвих стереотипів: *The critic's remark about Sebastian's first being a dull man writing broken English, etc is not a pun, but rather a* ***bon mot*** (20.10.1941). *It looks like an* ***oeuvre de jeunesse*** (20.04.1942). *I also went with them to a Russian occasion which was* ***tout autrement intéressant*** *than…* (1.04.1943). *…Aldanov would think appropriate for a prosperous man of letters with a* ***réputation mondiale*** (4.06.1946). *That evening had so many disagreeable incidents and* ***funestes*** *consequences that I have suggested…* (4.04.1950). *Russian grammar:* ***À propos*** *of the instrumental…* (27.04.1950).

Як бачимо, подібні вкраплення, які демонструють перемикання мовних кодів на внутрішньофразовому рівні, є рівною мірою типовими для обох кореспондентів. Однак у використанні авторами листів іншомовного ресурсу можна побачити і якісні відмінності. Вони охоплюють явище перемикання коду на фразовому рівні, яке притаманне лише листам Набокова і виявляється у вживанні окремих іншомовних фраз або їх ланцюжків у англомовному оточенні. У цьому випадку перемикання коду найчастіше пов'язане зі ставленням автора до повідомлюваного, його емоційним втягненням в ситуацію. Добре відомі тертя Набокова з американськими редакторами, які зазвичай вимагали від нього спрощення тексту в лексичному і синтаксичному відношеннях, що викликало неабиякий спротив письменника. У зв'язку з цим див. фрагмент з листа, де Набоков повідомляє Вілсону про неприємну подію, яка викликала його емоційну реакцію. Йому з «Нью-Йоркера» повернули рукопис оповідання з необгрунтованими зауваженнями і він, за його власним висловом, будучи не в гуморі, нечемно поговорив з редактором Кетрін Вайт: *The New Yorker a eu le toupet de me renvoyer mon conte accompagné d'une lettre d'un fatras d'inepties. Étant de mauvaise humeur ce jour-là, j'ai assez rudiment engueulé la pauvre Mrs. White* (11.10.1944). У іншій подібній ситуації переключення стосується російської мови. Діяльність редакторів, які прагнули скорегувати його тексти, аби донести їхній смисл до середнього американського читача, викликає у Набокова бурхливий протест, про що він

повідомляє Вілсону: *I am always quite willing to have my grammar corrected – but have now made it quite clear to the New Yorker that there will be no 'revising' and "editing" of my stories dorénavant.* ***Я ужасно был зол*** (17.06.1945).

Про емоційні імпульси, які імплікують подібні висловлення, дає підстави твердити загальний контекст та зміст листа, який розкриває сутність того, що відбувається, демонструючи мотивацію автора. Такий контекст показує, що саме висловлення в цьому разі виступає носієм додаткового значення «важлива інформація», і в епістолярному узусі Набокова сам факт вживання одиниць чи висловлювань французькою/російською мовами може виступати як прагматично значущий знак. Подібна картина спостерігається і стосовно вживання окремих російськомовних вкраплень, коли під впливом певних емоційних станів Набоков ніби переходить на іншу мову. Так, в одному з листів 1942 р. при обговоренні «Кам'яного гостя» Пушкіна, намагаючись показати Вілсону неперевершені достоїнства тексту, він зі зворушеністю пише про зображення поетом своїх персонажів: *The "Guest of Stone" is the most perfect of the four dramas. I shall make you see its beauties when we meet. Чего стоит например строчка «скажи… нет, после переговорим» – строчка в которой передается скороговорка и одышка страсти* (12.08.42).

Потужним емоційним імпульсом позначені повідомлення Набокова про завершення певної етапної роботи, досить характерні для цієї епістолярної практики. Часто саме завершення праці є основною обставиною, що імплікує написання листа. Так, повідомляючи Вілсону про закінчення складної роботи над першою частиною книги про метеликів, Набоков пише: *Enfin – c'est fait* (11.10.1944). Пізніше, 25.05 1946р., закінчивши останню редакцію роману «Bend Sinister», який писався кілька років, з перервами, зумовленими викладацькою та іншою роботою письменника, Набоков повідомляє своєму адресатові: *Дорогой мой Эдмунд, Что-же это – надеялся что ты залетишь в Бостон, а тебя все нет да нет… Когда же мы увидимся? Я кончил роман. I have finished the novel* (25.05.1946).

Досить типовим для полікодового епістолярного стилю Набокова є фінальні епістолярні формули етикетного характеру з використанням лексичних одиниць російської мови, у деяких випадках транслітерованих: *Yours с дружеским приветом* (20.12.1940). *Дружески жму Вашу руку* (29.04.1941). *Надеюсь вас скоро повидать, дорогой друг* (13.05.1942). *Yours very дружески В.Набоков* (16.06.1942). *Scoo-cha-you pa vass. Véra присоединяется* (9.08.1942). *Будь здоров, дорогой друг* (15.07.1943). *Ужасно хочется тебя повидать, душевный privet вам обоим от нас обоих* (8.05.1944). *Крепко жму твою руку* (13.09.1946). *Krepko zhmu tvoiu ruku, drug moi* (27.11.1946).

Розглянуті явища іншомовних «внесень» у тексти листів дозволяють побачити, що в процесі листування у двох кореспондентів склався своєрідний епістолярний узус, помітною ознакою якого були регулярні кодові переключення, частково колажна техніка текстотворення, пов'язана з прагненням розширити діапазон номінативних засобів за рахунок іншомовного лексичного ресурсу. Функції іншомовних вкраплень охоплюють як референційні, так і прагматичні аспекти епістолярного мовлення. Іншомовні одиниці можна знайти у більшості листів розглянутого корпусу, вони представляють кореспондентів як мовних особистостей з виключно креативним підходом

до використання лексико-синтаксичних ресурсів при текстотворенні, водночас створений три лінгвістичний узус слугує засобом самоідентифікації кореспондентів як інтелектуалів та поліглотів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Арутюнова Н.Д.* Предложение и его смысл / Н. Д. Арутюнова. – М.: Наука, 1976. – 384с.
2. *Жлуктенко Ю. О.* Мовні контакти / Ю. О. Жлуктенко. – К.: Вид-во КДУ, 1966. – 135с.
3. *Жлуктенко Ю. А*. Лингвистические аспекты двуязычия / Ю. А. Жлуктенко. – К.: Вища школа, 1974. – 175с.
4. *Жлуктенко Ю.О.* Українсько-англійські міжмовні відносини / Ю. О. Жлуктенко. – К.: Наукова думка, 1990. – 164с.
5. *Dear Bunny, Dear Volodya*. The Nabokov–Wilson Letters, 1940 – 1971 / Ed.S.Karlinsky. – Berkley, Los Angeles: University of California Press, 2001. – 388p.

Стаття надійшла до редакції 14.10.2015 р.

Радзиевская Т. В., д.ф.н., проф.,
Институт языковедения им. А. А. Потебни НАНУ, г. Киев

МЕЖЪЯЗЫКОВОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ СКВОЗЬ ПРИЗМУ ЭПИСТОЛЯРНОГО ДИСКУРСА ВЛАДИМИРА НАБОКОВА И ЭДМУНДА УИЛСОНА

В статье на материале переписки В.Набокова и Э.Уилсона рассматриваются особенности эпистолярного текстообразования, связанные с употреблением лексико-синтаксических единиц французского и русского языков. Характеризуется репертуар этих единиц в контексте межъязыкового взаимодействия и основные типы их использования корреспондентами, определяются их функции в тексте.

Ключевые слова*: английский эпистолярный дискурс, межъязыковое взаимодействие, переписка Набоков – Уилсон, функции французских и русских лексико-синтаксических единиц.*

Radzievska T. V., Doctor of Phylology, Prof.,
Potebnya Linguistics Institute, National Academy of Sciences of Ukraine, Kyiv

LANGUAGES IN CONTACT THROUGH EPISTOLARY DISCOURSE OF VLADIMIR NABOKOV AND EDMUND WILSON

The paper deals with Nabokov–Wilson epistolary discourse and the peculiarities of text production in it caused by the use of the French and Russian lexical and syntactical units. The main types of these units and their repertoire in the letters are described. Their functions are discussed in the context of languages in contact phenomena.

Keywords*: English epistolary discourse, languages in contact, Nabokov–Wilson letters, functions of the French and Russian lexical and syntactical units.*

УДК 81'25

Рудницька Н.М., к. філол. н., доц., докторант,
Інститут філології КНУ ім. Тараса Шевченка, м. Київ

«ІДЕОЛОГІЧНИЙ ПОВОРОТ» У ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВІ

У статті розглядаються підходи до вивчення взаємодії перекладу і ідеології. Обґрунтовується доцільність розгляду ідеологічних чинників перекладу окремою категорією з огляду на специфічність останніх.

Ключові слова: *переклад, ідеологія, адаптація, маніпуляція, медіація*

Історія перекладу, і особливо історія перекладу ХХ ст., яке називають століттям ідеологій, рясніє прикладами відвертого ідеологічного втручання. Загальновідомими є факти заборони перекладів, вилучення вже опублікованих перекладів, ідеологічно мотивоване перекручення перекладених текстів, що відбувалося за панування тоталітарних ідеологій (прим., комунізму в СРСР або фашизму в Німеччині). Насправді питання відносин перекладу і ідеології має як значно глибшу історичну перспективу, так і охоплює більш широкий спектр явищ. Всебічне вивчення цього питання набуває особливого значення саме сьогодні, адже, як зазначає В. Колотило, "роль ідеології актуалізується і в зв'язку з формуванням глобального соціального простору, адже вона здійснює суттєвий вплив на способи і механізми взаємодії різноманітних культур, засоби їх ціннісної орієнтації" [2, с.93]. Крім того, ХХІ століття – за висловом С. Баснет і А. Лєфевра – епоха все зростаючих різноманітних маніпуляцій, і вивчення маніпулятивних процесів на прикладі перекладів сприятиме кращому розумінню світу, в якому ми живемо [23, c.vii].

Ідеологія залишається предметом філософських досліджень вже не перше століття. У ХХ ст. відносини ідеології і мови привертають особливу увагу як філософів, так і лінгвістів (М. Бахтіна, Р. Фаулера, Ґ. Кресса і Р. Годжа, П. Сімпсона), використовується міждисциплінарний підхід (Т. ван Дейк) до вивчення ідеології. Втім, як відзначив останній дослідник, незважаючи на кількість проведених досліджень, саме визначення ідеології залишається "туманним і неясним" [9, c.vii]. Дійсно, різноманітність і неузгодженість підходів до визначення і вивчення ідеології в сучасній, особливо західній, філософії вражає; але потребам перекладознавчого дослідження, на нашу думку, цілком відповідає визначення, що використовується сьогодні в Україні у суспільних науках: "Ідеологія – це організована сукупність ідей у формі міфів, настанов, гасел, програмних документів партій, філософських концепцій тощо; система політичних, правових, етичних, художніх, релігійних, філософських поглядів; суспільна свідомість" [4, с. 47].

Системні спроби теоретичного осмислення ідеологічного аспекту перекладу з'являються лише в останні два десятиріччя ХХ ст. (дослідження Л. Венутті, А. Лєфевра, Б. Хатіма і Я. Мейсона, П. Фосета та інш.), але на ідеологічні чинники перекладу ще 1920-ті р.р. вказували українські дослідники. Так, 1928 р. у рецензії на переклад Х. Алчевської одного з творів Гюго Володимир Державин таврує ідеологічне

цензурування перекладів: “скорочувати класичний твір, написаний 100 років тому, викидаючи з нього місця, скеровані проти французької революції, і до того ж замовчувати сам факт скорочення, видаючи переклад за повний (бо, коли скорочення не зазначено ні на титульному листі, ні в передмові, ні в примітках, то переклад тим самим претендує на повність), – це вже не просто безцеремонне ставлення до читача й до літературної спадщини минулого… Орудуючи з такою методою довелося б систематично переінакшувати дев’ять десятих перекладної белетристики взагалі” [1, с.141]. Того ж 1928 р. Іван Кулик вказує на ідеологічне підґрунтя процесу перекладу. Спираючись на поняття суспільної психології і ідеології, у передмові до антології перекладів дослідник зазначає: “Приймаючи певним чином, згідно з нашим світоглядом, оригінали, ми в процесі перекладу мимоволі підкреслювали ті чи інші ідеологічні моменти в них, не навмисно і обдумано, а радше таким чином, як відчували їх. Бо перекладач, приналежний до іншої класової категорії, мабуть, підкреслив би інші сторони й властивості оригіналу” [3, с.485]. Крім того, І. Кулик визнає і “навмисні спроби пристосувати переклади до розуміння їх” цільовою аудиторією, адже “не можна писати цілком однаково для американського й українського читача, бо читачі ці мають різну психологію й різний нахил до приймання художніх творів, породжені переважанням різних економічних систем і впливом різних, протилежних, політичних чинників та суспільного ладу” [там само].

У центрі ж перекладознавчих дискусій ідеологічні чинники опинилися лише на зламі XX-XXI ст.ст., після того як відбувся т.зв. “культурний поворот”. Сам термін 1990 р. увела в обіг М. Снелл-Хорнбі для означення зміни перекладознавчої парадигми: увага перекладознавців з перекладу як тексту змістилася до перекладу як продукту культури і політики [21]. Для усвідомлення значущості ідеологічних чинників необхідним було, за висловом Н. Бен-Арі, “постмодерністське усвідомлення наявності владної боротьби за лаштунками культурної сцени” [7] (переклад наш. – *Н.Р.*). Низка дослідників (С. Баснетт, А. Лєфевр, Дж. Мандей) не виділяють ідеологічні чинники перекладу окремою категорією, розглядаючи їх разом з іншими чинниками культури. Зокрема, А. Лєфевр визначає культуру дуже широко, як “оточення літературної системи” , в якому ідеологія впливає на всі групи чинників, що визначають особливості художнього перекладу: професіоналів літературної системи, зовнішній патронаж та домінуючу поетику [15, с.16-26].

Розглядання ідеологічних чинників, не виділяючи їх окремою групою, утруднює точний аналіз як дій перекладача в процесі перекладу, так і особливостей сприйняття перекладеного тексту цільовою аудиторією. Про необхідність виокремлення ідеологічних чинників свідчить хоча б той факт, що певні ідеологічні переконання, цінності та настанови з часом можуть ставати типовими для певної культури, тобто набувати статус культурних цінностей (прим., як свого часу християнські цінності стали для української культури). Ван Дейк вказує на зворотній процес, що відбувся у сучасному західному суспільстві: християнські цінності, що мали колись статус загальнокультурних, тепер є суто ідеологічними, адже сфера їхнього впливу обмежена відповідними релігійними *групами* людей [9, с.40]. Він також вказує на інший шлях перетворення загальнокультурних переконань в ідеологічні: щойно одна

з суспільних груп усвідомлює, що якісь переконання, спільні для всіх представників певної культури, суперечать інтересам цієї групи, ці переконання "будуть об'явлені ідеологічними і їх припишуть якійсь домінантній групі (прим., білим, чоловікам)" [9, с.51] (переклад наш. – *Н.Р.*).

У сучасному перекладознавстві Б. Хатім та Я. Мейсон виділяють два підходи до розгляду відносин перекладу й ідеології. По-перше, це дослідження "перекладу ідеології", тобто особливостей передачі в перекладі дискурсивних ознак оригіналу, що мають ідеологічне навантаження. По-друге, це "ідеологія перекладу", коли "ідеологія" є загальним терміном на позначення стратегій перекладу. На думку дослідників, обмеження у перекладі пов'язані саме з вибором цих стратегій і цей вибір є ідеологічно мотивованим [14, с.136].

Така бінарна класифікація – "переклад ідеології" і "ідеологія перекладу" – залишає поза увагою третій важливий чинник, який на наш погляд доцільно розглядати окремо – ідеологію цільової аудиторії. Річ в тому, що остання може й *не впливати на процес перекладу* (тобто не враховуватися його учасниками – перекладачами, редакторами, цензорами, тощо), але завжди впливає на особливості його *рецепції*. Так, Н. Бен-Арі аналізує ідеологічно зумовлену популярність перекладів російськомовної та німецькомовної літератури на іврит серед ізраїльтян, які виросли у Росії або Німеччині [7]. Ідеологічно мотивованою є асиметричність статусу роману О. Вайлда "Портрет Доріана Грея" у перекладі українською мовою Р. Доценка[1] порівняно з оригінальним романом, тощо.

Розгляньмо детальніше зазначені вище аспекти. Щодо "перекладу ідеології", тобто відтворення ідеологічно мотивованих ознак оригіналу в перекладі, П. Фосет вбачає найголовнішу трудність у встановленні ступеню та форми перекладацької ідеологічної медіації (втручання) [11]. Втім, ступені перекладацького ідеологічного втручання проаналізовані з лінгвістичної та прагматичної точки зору Б. Хатімом та Я. Мейсоном, які виділяють три ступеня медіації – мінімальна, часткова і максимальна [13, с.123-135]. Вивченню адекватності передачі ідеологічних настанов оригіналу та/або ступеню і формам ідеологічної адаптації перекладу присвячені численні емпіричні розвідки, які ґрунтуються на аналізі відтворення у перекладі ідеологічних значень різнорівневих мовних одиниць оригінального тексту на матеріалі різних мов (прим., Р. Вальдеона [22], А. Модреа [16], Т. Пууртінен [19], К. Сінібальді [20], Ш. Чунґ-лінґ [8]). Таким чином, процедура аналізу ступеню та форм перекладацької ідеологічної медіації є достатньо розробленою, однак не отримало однозначного рішення питання доцільності останньої, тому на перший план виступає дослідження власне "ідеології перекладу".

Ідеологічна "позиційність" перекладача є загальновизнаною. Перекладач належить до певної культури і працює у певний історичний момент, і, як зазначає Л. фон Флотов, часто взаємодіє з соціальними та політичними тенденціями цього моменту, що робить наявність ідеологічного уклону неминучою. Дослідниця ілюструє це твердження аналізом англійських перекладів Бібілії, виконаних жінками у різні, але незначно віддалені історичні періоди. Хоча метою всіх перекладачок було максимально точне відтворення оригінального тексту, переклади значно відрізняються, і ці

[1] Докл. див. статтю "Ідеологічний тиск і переклади роману О. Вайлда "Портрет Доріана Ґрея" [5].

відмінності можна пояснити лише завдяки урахуванню ідеологічних настанов перекладачок [12].

Щодо доцільності *свідомого* ідеологічного маніпулювання, погляди в сучасному перекладознавстві залишаються вкрай різноманітними: від визнання необхідності відтворення глибинних ідеологічних структур оригіналу навіть за рахунок невідтворення елементів "зовнішньої фабули" у перекладі [10, с.31] і до обґрунтування переписування з метою просування власної ідеології, характерного, зокрема, для феміністського перекладу. У зв'язку з більш глибоким усвідомленням ролі, яку виконує переклад у владних відносинах (у тому числі пануванні однієї культури над іншою), загострюється дискусія щодо необхідності застосування тієї чи тієї стратегії перекладу, і особливо доместикації (одомашнення) або форенізації (очуження). Аналіз причин і наслідків домінування доместикації у перекладі англійською мовою, що є ідеологічно спричиненими, викладено Л. Венуті у книзі "Невидимість перекладача". На думку дослідника, доместикуючий переклад для англо-американської культури є проявом "етноцентризму і расизму, культурного нарцисизму і імперіалізму" [23, с.20].

Треба зазначити, що перекладознавці також мають власні ідеологічні переконання, які часто визначають позиції дослідників (це зазначає також Дж. Мандей [17, с.138]). Зокрема, для представників постколоніалізму і фемінізму характерним є наголошення на власній ідеологічній позиції і використання перекладу для досягнення ідеологічних цілей (прим. М. Кронін, Т. Ніраньяна, С. Шеррі). Таке свідоме використання перекладу з ідеологічною метою дослідники пояснюють необхідністю компенсувати втрати, спричинені в минулому ідеологічно мотивованим використанням перекладу домінуючими групами (наприклад, колонізаторами для нав'язування власних цінностей або створення перекрученого образу колонізованого народу [18, с.33-34]). Як зазначає М.Бейкер, використання "наративів минулого також є засобом контролю. Він соціалізує індивідуумів до усталеного суспільного і політичного порядку і підбурює їх інтерпретувати сучасні події у термінах канонізованих наративів минулого" [6, с.25]. Так само циркуляція в сучасних пострадянських країнах ідеологічно адаптованих перекладів, приведених до норм радянського дискурсу, сприяє включенню сучасного читача до системи радянського суспільно-політичного порядку і інтерпретації теперішніх подій у термінах радянського дискурсу. Повне вилучення таких перекладів з обігу не є на разі можливим, але нагальна заміна їх новими, не адаптованими ідеологічно, хоча б у бібліотечних фондах видається нагальною і необхідною.

Для вітчизняної як теорії, так і практики перекладу домінуючою залишається установка на адекватний переклад, навіть якщо йдеться про повторний переклад творів, що раніше увійшли до радянського канону світової літератури у спотвореному ідеологічною цензурою вигляді. Втім, деякі перекладачі на пост-радянському просторі свідомо обирають стратегію, яка має привернути додаткову увагу і має більше шансів "витіснити" попередню версію (зокрема, завдяки штучному підсиленню тих рис, що свого часу спричинили цензурування). Часто такі епатажні переклади сприймають негативно як критики, так і читачі (прим., переклад М. Нємцова роману Дж.Д. Селінджера "The Catcher in the Rye" російською).

Зміна парадигми перекладознавчих досліджень, що відбулася наприкінці XX ст. спричинила також зміну оцінки ролі перекладу в розвитку суспільства. Розглядаючи питання ідеології, влади і змін в літературі і суспільстві С. Баснет і А. Лєфевр стверджують центральну роль перекладу як формуючої сили [23, viii]. Говорячи не про розвиток, а саме *зміни* в літературі і суспільстві, дослідники наголошують на тому, що з ідеологічних причин переклад не завжди сприяв розвитку, але слугував також засобом стримування останнього і пригнічення інновації. Розглядаючи відносини між культурами за умов колоніалізму, Т. Ніраньяна називає переклад "важливою технологією колоніального домінування" [18].

Аналізуючи міжнаціональні і міжнародні конфлікти, М. Бейкер наголошує, що без обігу наративів, які створюють необхідне для розвитку такого конфлікту інтелектуальне і моральне підґрунтя, і обіг яких забезпечується перекладом, розвиток конфліктів неможливий. Ці наративи можуть не мати експлікованого зв'язку із конфліктом чи війною, а виглядати як "нейтральні, абстрактні наукові теорії чи літературні тексти, мультфільми або невинні розваги" [6, с.10] (переклад наш. – Н.Р.). "Переклад не є побічним продуктом, не є просто наслідком соціальних і політичних подій, ані побічним продуктом фізичного переміщення людей і текстів. Це основна складова самого процесу, який уможливлює ці події і переміщення" [6, с.13]. Одним із своїх основних завдань М. Бейкер вбачає привернення уваги і вивчення численних способів, якими перекладачі беруть участь як у циркуляції, так і в спротиві наративам, що є основою конфліктів, адже будь-який конфлікт починається і закінчується з конструювання або реконструювання ворога. Насправді, підрив існуючих форм домінування неможливий лише через демонстрації або акції громадянської непокори; для того необхідна пряма боротьба з тим дискурсом, на якому ґрунтуються ці форми домінування. Як мовні посередники, перекладачі мають унікальну позицію для ініціювання такого типу дискурсивного втручання на глобальному рівні [6].

Незважаючи на переміщення ідеологічного аспекту перекладу у центр перекладознавчих дискусій, що дало підставу С. Баумгартену стверджувати, що відбувся "ідеологічний поворот", який разом із "владним поворотом" докорінно змінив перекладознавство, онтологічні та епістемологічні засади взаємодії перекладу й ідеології залишаються недостатньо вивченими. Зважаючи на специфічність ідеологічних чинників, доцільним видається розглядати останні відокремлено від інших чинників перекладу. Недостатньо осмисленим залишається ідеологічна роль перекладу і перекладачів, що має серйозні наслідки для суспільства в цілому. Зокрема, така недооцінка уможливлює як обіг перекладів, адаптованих згідно з вимогами тоталітарних ідеологій XX ст., так і несвідоме сприяння перекладачами розвиткові сучасних міжнародних і міжнаціональних конфліктів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Державин В.М. [Рецензія] / В.М. Державин // Критика. – 1929. – №2. – С.139-142.
2. Колотило В.В. Ідеологія в процесі соціальних змін / В.В. Колотило // Гуманітарні студії. Збірник наукових праць [наукове видання], вип. 4. – К. : Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет". – С. 93-99.

3. Кулик І. Передмова до “Антології американської поезії 1855-1925” // Кальниченко О.А., Полякова Ю.Ю. Українська перекладознавча думка 1920-х – початку 1930-х років [Хрестоматія] / Укладачі Леонід Черноватий і В’ячеслав Карабан. – Вінниця : Нова Книга, 2011. – С. 483-486.
4. Політологічний енциклопедичний словник / упорядн. В.П. Горбатенко; За ред. Ю.С. Шемшученка, В.Д. Бабкіна, В.П. Горбатенко. – К.: Генеза, 2004. – 736 с.
5. Рудницька Н.М. Ідеологічний тиск і переклади роману О. Вайлда “Портрет Доріана Ґрея”/ Н.М. Рудницька // Вісник ХНУ імені В.Н.Каразіна. Романо-германська філологія. Методика викладання іноземних мов. – 2012. – № 72 (1023). – С. 225-231.
6. Baker M. Translation and Conflict. A Narrative Account / Mona Baker. – London and NY : Routledge, 2006. – 201 p.
7. Ben-Ari, Nitsa. Translation and Ideology/ Nitsa Ben-Ari // TRANS. Internet-Zeitschrift für Kulturwissenschaften. – 2005. – №16. – Режим доступу : http://www.inst.at/trans/16Nr/09_4/ben-ari_bericht16.htm.
8. Chung-ling, Shih. Ideological Interference in Translation: Strategies of Translating Cultural References / Shih Chung-ling // Translation Journal. – 2010. – Vol. 14. – №3. – Режим доступу : http://translationjournal.net/journal/53culture.htm.
9. Dijk, Teun A. van. Ideology. A Multidisciplinary Approach / Teun A. van Dijk. – Lnd. : SAGE Publications Ltd., 1998. – 365 p.
10. Eco U. Experiences in Translation [tr. by A. McEwen] / Umberto Eco. – Toronto : University of Toronto Press, 2001. – 135 p.
11. Faucett Peter. Translation and Power Play / Peter Faucett // The Translator. Studies in Intercultural Communication [ed. Mona Baker]. – Vol 1, No 2. – Manchester : St Jerome Publishing, 1995. – Pp. 177-192.
12. Flotow, Luise von. Women, Bibles, Ideologies / Luise von Flotow // TTR : traduction, terminologie, redaction. – 2000. – Vol. 13. – №3. – Pp. 9-20.
13. Hatim B., Mason I. The Translator as Communicator / Basil Hatim, Ian Mason. – Lnd., NY : Routledge, 1997. – 217 p.
14. Hatim B. Teaching and Researching Translation. Second Edition / Basil Hatim. – Lnd., NY : Routledge, 2014. – 326 p.
15. Lefevere A. Translation, Rewriting and the Manipulation of Literary Fame / Andre Lefevere. – Lnd, NY : Routledge, 1992. – 169 p.
16. Modrea, Andrea. Ideology, Subversion and the Translator’s Voice: A Comparative Analysis of the French and English Translations of Guillermo Cabrera Infante’s *Tres tristes tigres* / Andrea Modrea // TRANS. Internet-Zeitschrift für Kulturwissenschaften. – 2005. – №16. – Режим доступу : http://www.inst.at/trans/16Nr/09_4/modrea16.htm.
17. Munday, Jeremy. Introducing Translation Studies / Jeremy Munday. – Lnd., NY : Routledge, 2001. – 222 p.
18. Niranjana Tejaswini. Siting Translation: History, Post-structuralism, and the Colonial Context / Tejaswini Niranjana. – Berkeley : University of California Press, 1992. – 216 p.
19. Puurtinen, Tiina. Syntax, Readability and Ideology in Children’s Literature / Tiina Puurtinen // Meta : journal des traducteurs, vol. 43, n. 4, 1998. – Pp. 524-533.
20. Sinibaldi, Caterina. Pinocchio, a Political Puppet: the Fascist Adventures of Collodi’s Novel / Caterina Sinibaldi // Italian Studies. – 2011. – Vol. 66. – № 3. – Pp. 333-352.
21. Snell-Hornby, M. Linguistic transcoding or cultural transfer. A critique of translation theory in Germany / Mary Snell-Hornby // Bassnett S.and Lefevere A. (eds.) Translation, history and culture. – Lnd : Pinter, 1990. – Pp. 79-86.

22. Valdeon, Roberto. Asymmetric representations of languages in contact: uses and translations of French and Spanish in Frasier / Roberto Valdeon // Linguistica Antverpiensia, New Series – Themes in Translation Studies. – 2005. – № 4. – Режим доступу : https://lans-tts.uantwerpen.be/index.php/LANS-TTS/article/view/142.
23. Venuti, Lawrence. The Translator's Invisibility: A History of Translation. 2nd ed. / Lawrence Venuti. – Lnd, NY : Routledge, 2008. – 353 p.

Стаття надійшла до редакції 21.10.2015 р.

Рудницкая Н.Н., к. филол.н., доц., докторант,
Институт филологии КНУ им. Тараса Шевченко, г. Киев

"ИДЕОЛОГИЧЕСКИЙ ПОВОРОТ" В ПЕРЕВОДОВЕДЕНИИ

В статье рассматриваются подходы к изучению взаимодействия перевода и идеологии. Обоснована целесообразность рассмотрения идеологических факторов перевода отдельной категорией ввиду специфичности последних.

Ключевые слова: *перевод, идеология, адаптация, манипуляция, медиация.*

Rudnytska N.M., Cand. Phil. Sc., Assoc. Prof., Postdoctoral student
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

IDEOLOGICAL TURN IN TRANSLATION STUDIES

The article deals with approaches to investigating the interplay between translation and ideology. There has been substantiated the advisability of analyzing the ideological factors of translation as a separate category due to their specific character.

Keywords: *translation, ideology, adaptation, manipulation, mediation.*

УДК 821.133.1

Смущинська І.В., д.філол. н., проф.,
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

МОВНІ КОНТАКТИ І СХІДНІ ЗАПОЗИЧЕННЯ У ФРАНЦУЗЬКІЙ МОВІ

Статтю присвячено проблемі запозичень зі східних мов до французької мови, а також мовним контактам французів з народами Сходу. Особливу увагу приділено запозиченням из санскриту. Аналізуються шляхи приходу східних слів до французької мови.

Ключові слова: *запозичення, французька мова, східні мови, санскрит.*

Одним із об'єктів наукової зацікавленості проф. Ю.О.Жлуктенка була проблема мовних контактів між народами і запозичень. Як свідчать наші наукові розвідки при

підготовці «Французької лексикології» [3], ця проблема залишається ***актуальною*** і сьогодні. Власне цим зумовлений і вибір цієї теми для розгляду.

Лексика (і лексикологія) будь-якої мови свідчать про наявність у її складі певного лексичного прошарку, що не сформувався завдяки власним словотворчим ресурсам, а прийшов «ззовні». Як правило, основною їхньою причиною є існування певних мовних контактів між народами, носіями цих мов. Так, якщо французькою мовою сьогодні розмовляють валлійці в Бельгії, швейцарці у французькій Швейцарії, канадці у Квебеку тощо, можна передбачити появу певної кількості «локальних» запозичень і у французькій мові як такій.

Серед ***основних факторів появи запозичень*** можна назвати такі: історичні відносини, що склалися між народами; тісні політичні контакти, а також військові, збройні конфлікти (наприклад, Столітня війна французів з англійцями чи Італійські війни, що вплинули на появу значної кількості італьянізмів у французькій мові); економічні та торгівельні відносини; розвиток культури, техніки, треба додати також спорту (це є специфічною рисою японізмів, наприклад, *aïkido, judo, jiu-jitsu, karaté, sumo*), а також роль засобів масової інформації. Крім того, у наш час, мабуть, варто говорити і про фактор певної «моди» чи снобізму (зокрема при вживанні англо-американізмів), а також зростаючу проблему біженців та іммігрантів до Євросоюзу і формування певних анклавів їхнього проживання (показники, наприклад, щодо арабського прошарку у французькому суспільстві все зростають).

Щодо суто ***мовних причин*** появи «чужих слів», перш за все, йдеться про: необхідність номінації нової реалії (наприклад, поява *kangourou*, що прийшло з Австралії); диференціацію схожих понять, обмеження полісемії чи омонімії (згадаємо хоча б етимологічні дублети *fr. œuvre / it. opéra*); розширення експресивної системи, стилістичних ресурсів (*un Macaroni (= un Italien)*) тощо.

Нове слово є, як правило, ***терміном*** політичним, фінансово-економічним (*ang. tender, budget*), науковим, технічним, військовим (*algèbre, spoutnik)*, медичним (*virus, sérum*), культурним, літературним (*diva, opéra*), спортивним (*boxe, tennis*), біологічним (назви тварин чи рослин (*yak (du tibétain), orange, rose*)), культурологічним (наприклад, назви страв як-от *barbecue, yaourt*).

Одразу наголосимо на тому, що:

1) походження багатьох слів і досі залишається ***невизначеним***: наприклад, А.Вальтер називає такі три слова як *rose, falzar, kroumir*, джерела яких зовсім невідомі [8, p. 412], а для слова *yaourt*, наприклад, вона подає одразу два джерела – або турецьке, або болгарське [8, p. 234],

2) життя та історія слів часто надзвичайно ***заплутані***, і навіть сьогодні науковці не завжди можуть пояснити певні явища, наприклад появу ***слів-бумерангів*** (як відомо, запозичення з англійської мови *tennis* насправді походить від давньо-французького *tenez !* (XIVe), яке потім знову повертається до французької мови у XIX ст.) або так званих ***альтерацій (анормальних модифікацій)***, наприклад *albatros (1748) < ang. < port. alcatraz, « pélican » < d'une langue indigène d'Amérique* [Petit Robert], коли слово змінює і форму, і значення (заради цікавості додамо, що та ж А.Вальтер вбачає в

albatros і можливий арабський слід, і можливу атракцію з латинським *albus « blanc »*, і непевність шляху з португальської (можливо, з іспанської) мови [8, p. 5]),

3) більшість слів-запозичень є, як правило, ***невмотивованими***, оскільки часто втрачається «внутрішня форма» слова: так, *hussard*, що прийшло з угорської через німецьку у XVII ст., означало «двадцятий»: під час Турецької війни кожне селище повинно було надати з двадцяти жителів одного солдата.

Повертаючись до французької мови, зазначимо, що ***основними джерелами збагачення французької мови*** виступили: 1) класичні мови (латина і грецька мова), 2) італійська та 3) англійська. Однак ***внесок східних мов*** (арабська мова займає четверте місце), як свідчать сучасні дослідження, теж є досить суттєвим. І тут часто йдеться про запозичення з не індоєвропейських мов (китайсько-тибетських, семіто-хамітських, алтайських мов, японської мови тощо), що вимагає суттєвих фонографічних та граматичних змін в процесах адаптації (так з'явилися дивні слова нібито з двома артиклями – арабським і французьким типу *l'alchimie*).

Підкреслимо, що однією з найскладніших у наш час є ***проблема відтворення*** східних імен власних (антропонімів, топонімів, назв установ тощо), що фігурують в медійних текстах. Наприклад, у статті *« Pékin veut la paix mais prépare la guerre » (Euronews, 03.09.2015)*, де йшлося про святкування Китаєм 70-річчя перемоги над Японією, згадувалося ім'я президента *Xi Jinping*, відтворене в українській версії статті як *Сі Ціньпінь*. Однак такий варіант суперечить і транслітерації, і транскрипції імені, оскільки китайська вимова відповідає швидше *'Цзиньпінь',* як підказують колеги-сходознавці.

Серед «східних» мов-донорів для французької мови можна назвати перш за все 7 основних: ***арабську, перську, іврит, санскрит, турецьку, китайську*** та ***японську***, які дали французькій мові більш-менш відчутний прошарок слів. Так, за даними тої ж А.Вальтер [8, p. 403], включно з епонімами:

арабська мова дала 442 слова,
перська – 98 слів,
інші семіто-хамітські мови (без арабської) – 94,
санскрит – 89,
японська – 83,
турецька – 58,
іврит – 52,
китайська – 39.

Хоча наші вибірки зі словників [4] показують дещо менші цифри: щодо турецької, наприклад, 28 слів (це буде приблизно відповідати показникам А.Вальтер без врахування власних імен (23 слова)), у той час коли англійська мова запозичила, за нашими підрахунками, 80 турецьких слів. Навіть такі кількісні підрахунки є певним свідченням більш щільних мовних контактів. З іншого боку, кількісні показники показують певну динаміку запозичення: якщо А.Вальтер у 2009 році показує присутність 442 арабських слів у французькій мові, то П.Гіро у 1971 році у своїй відомій праці *«Les mots étrangers»* називає показник у ***270 слів*** [7, p. 9].

Зважаючи на мовні контакти, мабуть, це не означає, що французьке мовлення у певний період не використовувало деякі місцеві слова, згадаймо хоча б період французького Індокитаю наприкінці XIX століття, однак наші вибірки поки що не дають жодного в'єтнамського, корейського чи сіамського слова.

Одразу зазначимо таке:

1) прямі відносини між східними країнами і Францією не були суттєвими: можна назвати період Хрестових походів, походи французьких мореплавців до Індії (XVI ст.), декілька періодів створення французьких колоній (зокрема в Африці, що відкрило шлях до французької мови слів-арабізмів),

2) більшість запозичених слів прийшло до французької мови за посередництвом європейських мов: грецької, латини, іспанської, італійської та провансальської мов,

3) в основному йдеться про запозичення екзотичних слів, назв об'єктів і явищ, що не мали своїх еквівалентів у французькій мові: наприклад назви ароматичних трав *curcuma* (XVI ст., гінді > арабська > іспанська > французька) чи *cumin (тмин)* (XII ст., (іврит) *kamon* > (грецька) *kuminon* > (латина) *cuminum* > (давньо-французька) *comin*) (звернемо також увагу на фонетичні, орфографічні та граматичні зміни, що відбулися у слові при переходах з мови в мову),

4) нарешті, навіть у наш час дані словників і науковців часто розходяться, тобто походження, етимологія слова залишається непевною: так, у того ж *тмину (cumin)* «Словник слів іншомовного походження» А.Вальтер (2009) його взагалі не фіксує, «Етимологічний словник» (Ларус 2007) дає його як «східне слово» (mot oriental); нарешті, лише словник «Littré» (2009) вказує на його давньоєврейське походження.

Більш детально хотілося б зупинитися на внеску з давніх мов, перш за все ***санскриту***. Перше, що можна зауважити, це те, що, безумовно, не всі науковці визнають можливість такого роду запозичень, перш за все ті, хто підтримує теорію санскриту як прамови. З іншого боку, визнається, що санскрит і санскритомовна культура значно вплинули на сусідні ареали Центральної та Південно-Східної Азії, а з кінця XVIII ст. – на Європу і Америку [2, с. 433]. З відкриттям і початком вивчення санскриту пов'язано зародження порівняльно-історичного мовознавства: як відомо, його засновник німець Франц Бопп порівнював санскрит, давньогрецьку, латинську та готську мови.

Щодо санскриту і французької мови, опрацювання різних словників дало можливість А.Вальтер говорити, як вже зазначалося вище, про 89 слів (з них – 52 епоніми) [8, p. 403]. Серед найуживаніших вона називає:

aubergine, avatar, cramoisi, gourou, jungle, lilas, limonade, mandarine, muguet, musc, nénuphar, nirvana, orange, poivre, riz, sucre, svastika, Véda (« savoir »), yoga, etc. [8, p. 354].

Оскільки ***більша частина цих слів потрапили до французької з арабської через перську***, наприклад:

nilah (sansc.) > lilag (pers.) > lilak (ar.) > lilac (1600) > lilas,

більшість праць з історії французької мови фіксує їх як запозичені з арабської. Однак шлях багатьох до французької мови ще складніший, наприклад:

sucre (санскрит *çarkarâ (« grain »)* > перська > арабська *sukkar* > грецька *sakkharon* > латина *saccharum* > італійська *zucchero* > старо-французька *çucre* (XII ст.)) [6].

Звернемо також увагу на використання *ç* при першому написанні цього слова у 1175 році першим французьким романістом Кретьєном де Труа.

Друга половина слів прийшла з санскриту через інші мови Азії, наприклад, слово *jungle* прийшло через гінді, *mandarine* через малайську тощо. Як правило, наступний шлях слів цієї групи проходив інакше – ***через англійську і португальську мови***.

Цікаво відмітити і появу полісемії чи омонімії при такому «довгому» шляху слова. Так, наприклад, *mantrin* (санскрит, «державний радник») потрапив до Європи через португальську мову, яка змінила його на *mandarin* (іст. «мандарин, візир у Китаї») через наявність власного дієслова *mandar (« commander »)*; пізніше, вже в іспанській мові слово змінилося на *mandarine* (плід «мандарин») на позначення різновиду апельсинів, а підставою такого переносу став жовтогарячий колір одежі мандаринів.

Етимологічне значення слів теж часто змінювалася, повністю або частково втрачаючи первинне значення: перш за все, хочеться згадати слова *svastika («de bon augure »)*, що походить від *svasti (« salut ! »)*, і *avatar (« des incarnations de Visnu »)*.

Однак одна з основних проблем стосується того, чи справді можна вважати ці слова запозиченими із санскриту (хоч саме так вказують словники і довідники), оскільки є ***прямі*** запозичення і ***непрямі***, що пройшли через мову-посередника. Безумовно, для більш точного аналізу варто розмежувати ***етимологічне*** (джерело) й ***історичне*** (звідки) походження слова. Таким чином, *svastika*, запозичене з санскриту і зафіксоване французькою мовою у 1828 році [6], буде вважатися запозиченим з санскриту, у той час як *limonade (1640)*, прийшовши з санскриту через перську, а потім потрапивши до французької мови через арабську, буде вважатися запозиченням з арабської. З іншого боку, чи правильно буде вважати, наприклад, вже згадане нами раніше арабське слово *algèbre*, що потрапило до французької мови з середньовічної латини у XIV столітті, запозиченням з латини?

Щодо ***періоду*** появи слів з санскриту у французькій мові, то він є різним: *muscat (XIVe s.), cramoisi (XIVe s.), yogi (XVIe s.), lilas (XVIIe s.), limonade (XVIIe s.), maharadjah (XVIIIe s.), aubergine (XVIIIe s.), jungle (XVIIIe s.)*.

Наша вибірка показала і певну кількість слів-запозичень із санскриту більш сучасних, як-от:

avatar (XIXe s.), bouddha (« éveillé », 1867), karma (XIXe s.), nirvana (XIXe s.), aryen (« noble », XXe s.), gourou (« vénérable », XXe s.), ashram (« un monastère, aux Indes, groupant des disciples autour d'un gourou », 1960).

Якщо запозичені раніше слова є, як правило, непрямими запозиченнями, то більш сучасні є прямими, в яких етимологічне та історичне походження збігаються, і це свідчить про зацікавлення цією культурою у наш час.

Хоч, знову ж таки, санскритську основу деяких слів можна піддати сумніву. Важко розвести, зокрема, запозичення з санскриту і ***гінді***. Серед останніх називаються, зокрема, *bengali, bungalow, cachemire, kaki, khmer, pyjama, sari, etc.*

Також серед слів, що прийшли з цього регіону, можна назвати деякі інтернаціоналізми, як-от:

shampoing (XIXe s., de ***l'hindoustani****), panda (1824, du* ***népalais****), lama (1629), polo, yak (mots* ***tibétains****), mangouste (1703, du* ***marathe****), etc.*

Щодо зв'язків із цим регіоном, то, як відомо, Франція два рази намагалася побудувати свою колоніальну імперію і перший раз – у XVI-XVIII сторіччях в Індії та Америці (втратила їх через невдалі війни наприкінці XVIII – початку XIX ст., поступившись Англії); другий період – XIX – початок XX ст. в Індокитаї, Африці та Океанії [див.: 1, с.21].

Вперше французи потрапляють до країн Індійського океану у XVII сторіччі. У 1642 році вони захоплюють острів Реюньон, у 1715 році – острів Маврикій. Наприкінці XVII сторіччя Французька ост-індійська компанія купує в Індії декілька поселень, де вона відкриває торгівельні факторії і поширює свій вплив на більшу частину Індостану. У XVIII сторіччі французи висаджуються на Сейшелах. Однак після невдалої Семирічної війни, згідно з Паризьким миром 1763 року, втрачено практично всі володіння в Індії, крім п'яти міст. Паризький мир 1814 року повернув Франції Реюньон, деякі індійські міста (повернуті пізніше Індії у 1954 році), однак Маврикій і Сейшели повернути не вдалося. Така історична довідка.

Нарешті, щодо особливостей мови на згаданих територіях, то виокремлюють *чотири типи франко-креольських мов* – гаїтянський, антильський, луїзіянський та маскаренський, який існує на Реюньоні і Маврикії [1, с. 55]. У таких «змішаних» мовах в основі знаходиться французька мова, збагачена словами з інших мов.

Інший цікавий східний регіон представлений у французькій мові запозиченнями з ***перської*** мови – 98 слів. Серед них можна назвати, зокрема:

azur, bakchich, bazar, caftan, caravane, casaque, chacal, chah, cimeterre, derviche, douane, échecs, jasmin, kiosque, mage, paradis, etc. [8, p. 351].

Оскільки більшість з перських слів потрапили до французької мови за посередництво арабської, часто вони фігурують і серед запозичень з арабської. Хоч можна назвати ***три основні шляхи перських слів*** до Франції: 1) через арабську мову, 2) через турецьку (*tulipe, turban, vizir*), 3) через грецьку і латину (*paradis, pêche, tigre)*. Цікаво відмітити, що «Словник чужомовних слів в українській мові» [5] фіксує *тюльпан* як запозичення з італійської, *тюрбан* – з французької, а *тигр* не фіксується взагалі.

Перська мова, як відомо, є мовою індоєвропейською, однак вона не належить як санскрит до індо-арійської групи мов, а є однією з 31 мови, що формують іранську групу. Перська мова (фарсі) є державною мовою Ірану (Персії), з якою у Франції не було тісних чи близьких відносин. Хоч Близький Схід був об'єктом її зацікавлення: у 1861 році під приводом захисту християнського населення Франція встановила контроль над Ліваном, пізніше Сомалі, Джибуті, після першої світової війни Франція отримала мандат від Ліги націй на управління Сирією.

Оскільки перська мова, як і арабська, відігравала певну роль «***посередника***» між Сходом і Заходом, певні лексичні «відносини» спостерігалися; однак якщо персько-французький напрямок дав не так багато слів (див. вище), то, за свідченням А.Вальтер [8, p. 353], більше ніж 2000 французьких слів були запозичені перською у період з кінця XVIII до початку XX століття.

Отже, підкреслимо ще раз, що зацікавлення східною культурою з кожним роком все зростає, можна назвати хоча б праці проф. К.М.Тищенка, присвячені цій тематиці, однак багато положень ще потребують свого вирішення чи уточнення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Гак В.Г.* Введение во французскую филологию. – М.: Просвещение, 1986. – 184 с.
2. Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В.Н.Ярцева. – М.: Сов. энц-я, 1990. – 685 с.
3. *Смущинська І.В.* Французька лексикологія. К.: Видавничий дім Дмитра Бураго, 2015. – 600 с.
4. *Смущинська І.В., Горчанюк О.С.* Орієнталізми у романських, германських та слов'янських мовах (на прикладі французької, англійської та української мов) // Проблеми семантики слова, речення та тексту. – К.: ВЦ КНЛУ, 2014. – Вип. 32. – С. 258-274.
5. Тлумачний словник чужомовних слів в українській мові / О.М.Сліпушко. – К.: Криниця, 1999. – 507 с.
6. Dictionnaire étymologique / J.Dubois, H.Mitterand, A.Dauzat. – P.: Larousse, 2010. – 893 p.
7. *Guiraud P.* Les mots étrangers. – P. : PUF, 1971. – 2e édition. – 123 p.
8. *Walter H., Walter G.* Dictionnaire des mots d'origine étrangère. – P. : Larousse, 2009. – 427 p.

Стаття надійшла до редакції 14.10.2015 р.

Смущинская И.В., д. филол. н., проф.
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

ЯЗЫКОВЫЕ КОНТАКТЫ И ВОСТОЧНЫЕ ЗАИМСТВОВАНИЯ ВО ФРАНЦУЗСКОМ ЯЗЫКЕ

Статья посвящена проблеме заимствований с восточных языков во французском языке, а также языковым контактам французов с народами Востока. Особенное внимание уделяется заимствованиям с санскрита. Анализируются пути прихода восточных слов во французский язык.

Ключевые слова: *заимствования, французский язык, восточные языки, санскрит.*

I. Smushchynska, Doctor of Philology, Prof.
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

LANGUAGE CONTACTS AND ORIENTAL LANGUAGES BORROWINGS BY FRENCH

The article deals with the oriental languages borrowings by French as well as the French-Orientalists language contacts. The focus of attention is placed on the Sanskrit borrowings. The ways of borrowings from the oriental languages into French are analysed.

Keywords: *borrowins, French, the oriental languages, Sanskrit.*

УДК 811.133.1’37: 82-92

Соболєва О.В., к. філол. н., асист.,
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ЛІГВОВІЗУАЛЬНА ПОЛІСЕМІЧНІСТЬ ЗАГОЛОВКІВ (НА МАТЕРІАЛІ ФРАНКОМОВНИХ ВИДАНЬ)

У статті розглядаються заголовки, в яких значуще місце займають засоби нестандартного комбінування графічних знаків та символів, що виступають субститутами вербальних слів і формантів, виконують їх функції та формують речення із візуальною складовою.

***Ключові слова**: полісемія, знак-індекс, шрифтові та піктографічні параграфеми, математичні знаки.*

Актуальність визначається активізацією досліджень у галузі візуальної семіотики у зв’язку зі збільшенням кількості візуальних повідомлень.

Новизна полягає у паралелізмі візуального і вербального повідомлення у сучасному інформаційному потоці, звідки витікає лінгвовізуальна полісемічність повідомлення, у якому складові елементи взаємодіють синтаксично, семантично та прагматично.

Предметом дослідження є невербальна частина заголовків у формі шрифтових та піктографічних параграфем, фонографізованих математичних знаків, емотиконів, їх поєднання з вербальними графічними символами та створюваний ними ефект у друкованих текстах ЗМІ.

Об’єктом дослідження виступають заголовки до текстів у друкованій пресі, які містять візуальну складову.

Передача або кодування інформації у друкованих текстах має подвійну природу – вербальну й невербальну. Фіксована частина текстів не існує ізольовано від його рухливої частини. Друковані тексти подаються разом із засобами невербального оформлення, які виконують функцію полегшення сприйняття друкованого матеріалу, привернення уваги реципієнта, компресії друкованого тексту.

Заголовок виступає текстовим знаком, обов’язковою його частиною та займає у ньому фіксоване положення. Це знак верхньої межі тексту, яка важливіша за інші. Він виконує атрактивну функцію і є прагматично орієнтованим. Заголовок – це ефективний засіб прагматичного впливу на реципієнта і показник прагматичної природи тексту [5]. Саме заголовок може підштовхнути до прочитання тексту, якщо він репрезентує незвичну, інтригуючу інформацію. Заголовок може й відштовхнути потенційного реципієнта, наводячи вже відоме трактування чи рішення або ж невиразну й нецікаву інформацію. Є заголовки, які звертаються безпосередньо до знань реципієнта, інші – до емоцій. Перші трапляються рідко, вони зазвичай спонукають реципієнта замислитись, використовують наукові, економічні, політичні терміни, що є ознакою наукової комунікації. Другі, такі як ненависть, страх, кохання, надія, жалість, впливають на почуття реципієнта і є дуже поширеними на сторінках друкованої преси, тому

що інформація, яку передають ці видання належить здебільшого до розважального типу [3]. Наприклад:

1. *« Les marques attaquent ! » [6]*. Цей заголовок до тексту про сучасні модні бренди одягу містить дієслово з агресивною семою "атакують" та підсилюючий емоційність повідомлення знак оклику.

2. *« John Galliano: Splendeur et Déchéance » [13]*. У цьому прикладі ім'я одіозної фігури у світі моди Джона Гальяно привертає увагу, підсилене вербальною антитезою: "велич та падіння", яка апелює до почуттів реципієнта.

І.Р. Гальперін вважає, що заголовок є неодмінною умовою існування тексту, ініціатором його композиційно-смислової організації. Саме заголовок є першим етапом подання інформації та першим етапом знайомства реципієнта з друкованим матеріалом [1]. Заголовок та початок тексту носять характер "тематичних виразів" і мають бути інформативними та зрозумілими самі по собі [5]. Тобто, заголовок є своєрідним мікротекстом, де у згорнутому вигляді сконцентровано текст усієї статті.

Отже, заголовок свідчить про наявність тексту, є розпізнавальним знаком, спрямовує увагу реципієнта й знаходиться в очевидному формальному та змістовному зв'язку із текстом. Крім того, заголовок є знаком, який відноситься до тексту та впливає на нього як у генезисі, так і у процесі сприйняття. Якби текст припинив існувати, заголовок одразу ж втратив би ці властивості. З одного боку, заголовок втілює у собі ознаки знаків-індексів, тому що головна ознака індексу вказувати на існування об'єкту та спрямовувати увагу на цей об'єкт. З іншого боку, відображаючи зміст тексту, він втілює у собі характеристики знака-ікони. І нарешті, заголовок є знаком-символом в силу того, що він реалізується графічно буквами, словами, реченнями, знаками. Таким чином, заголовок поєднує у собі особливості усіх трьох знаків (індексу, ікони, символу) з домінуючою функцією знаку-індексу.

До специфічних явищ французької орфографії відносяться знаки, що використовуються як ідеограми та піктограми. Таке явище отримало у сучасній науці назву "піктографеміка" [2]. Піктограма є носієм інформації, переважно семантичної, і своєрідною одиницею письма, що характеризується певними графо-фонетико-семантичними відносинами. За визначенням Л.Ю. Єрмоленко, піктограма є нелітерним гафічним знаком, що складається з кількох або багатьох графем, що утворюють семантичний комплекс, який несе певну інформацію [4].

Символічні зображення використовуються у випадках, коли необхідно зосередити особливу увагу на певному повідомленні, надати йому максимальної зрозумілості та зробити легко упізнаваним. Символи можуть набувати на письмі ідеографічного (схематизованого зображення) або піктографічного характеру (предметні малюнки). Сучасні франкомовні видання використовують малюнки-піктограми або ідеограми для позначення тематики різних рубрик. Подібні ілюстрації одразу ж нагадують реципієнту про зміст матеріалу:

– зображення серця свідчить про інтерв'ю з улюбленим актором або співаком стосовно їх приватного життя;

– зображення олівця або ручки свідчить про листи або запитання, надіслані редакції читачами;

– знак зодіаку свідчить про гороскоп на місяць; зірочки свідчать про якість фільму, книжки, диску (*** – épatant (приголомшливий), ** – bien (гарний), * – moyen (середній) і т.ін.).

При створенні заголовків до текстів значуще місце в них займають графічні знаки та символи, які виступають субститутами вербальних слів та формантів, виконують їх функції та формують речення з візуальною складовою. Наведемо кілька прикладів.

1. Назва до тексту про сучасний молодіжний жаргон « *IT bag* », де на сегменті "T" зображена піктограма сумки, яка висить ніби на гачку. У розмовному мовленні ця назва означає "сумка, яка викликає сенсацію", "останній писк моди", а скороченим виразом «IT» також називають успішних і відомих дівчат *[9]*. Це зображення може декодуватися як своєрідна реклама: успішні дівчата мають звертати увагу на останні тенденції моди. Крім того, сумка є тією деталлю гардеробу, яку треба оновлювати. Ця параграфема виконує на письмі одразу дві функції – атрактивну й семантичну.

2. У наступному заголовку *« La forme sans la frime. Keep cool . » [6]*. У слові «*cool*» замість сегменту "oo" використаний графічний знак, який має назву емотикон. Цей графічний образ часто зустрічається у комп'ютерній графіці, а тепер знайшов своє місце у заголовках до друкованих текстів. У тексті йдеться про спортивні клуби, відвідування яких стало дуже популярним останнім часом. Вони є запорукою відмінного здоров'я, гарного настрою і, як результат, посмішки на обличчі. У таких випадках порушується лінійна структура повідомлення завдяки вживанню знаків інших семіотичних систем. Під час декодування таких повідомлень реципієнт витрачає набагато менше зусиль та часу, ніж на прочитання лінійного тексту.

3. «*Mode pour tous les jours* » *[10]*. У слові "*mode*" замість сегмента "*o*" знаходимо піктографічний знак гудзика, що асоціюється з модними аксесуарами та графічно нагадує літеру "o".

4. «*I ♥ rien I'm parisien» [7]*. Замість дієслова «*aimer*» вживається знак у вигляді серця, що є свідченням кохання, прихильності, щастя.

5. У слові, яке позначає назву морського курорту *LA**O**N* – замість сегмента "*A"* використано піктограму вітрила, а замість сегмента "*O"* – піктограму сонця. Вони виступають не тільки зоровим зображенням, а й несуть у собі певне семантичне навантаження *[8]*.

6. «*Il faut @cheter*» *[12]*. У слові «*acheter*» замість графеми "*a*" знаходимо шрифтову параграфему "@", яка використовується у комп'ютерній графіці та спонукає реципієнта до фатичного спілкування та споживання через мережу Інтернет.

7. « *Je mange plus de fruits et de légumes tous les jours* » *[13]*. Замість літер знаходимо у другорядному заголовку вживання піктограм у вигляді овочів та фруктів. Так, замість сегменту "*o*", вживається суниця та яблука, а замість "*j*" – морква.

8. «*En plein air*» *[11]*. У слові « *air »* крапку, що є складовим графічним елементом сегменту "*i*", замінено піктограмою троянди.

9. «*Coiff1rst» [16]*. Замість літерного еквіваленту "*i*" вживається ідеографічний знак – цифра "*1*", яка є наочним відображенням англійського слова «first», що підсилює візуальний ефект повідомлення та прагматичний вплив на реципієнта.

10. «*Besoin d'1 bon raison*» *[15].* Тут спостерігаємо вживання фонографізованого математичного знаку замість співзвучного сегменту слова.

11. «*Must have*» – сегмент *"M",* графічно зображений червоного кольору у зелену та жовту смужку, створює враження, ніби він є вирізаним з модної тканини. Над рештою літер зверху стоять, як на підставці, туфлі на підборах *[14].* Поєднуючи у цьому повідомленні знаки двох систем, автор у стислій формі передає реципієнту великий обсяг інформації. В уяві реципієнта цей графічний образ миттєво асоціюється з модними трендами сезону, а саме малюнком тканини в клітину та туфлями на підборах.

12. «*Les in10pensables de la semaine*» *[17].* У цьому заголовку завдяки фонографізації ідеографічний знак "10" порушує лінійну структуру повідомлення, скеровує увагу реципієнта саме на цифру та робить графічну оболонку заголовку незвичною та привабливою.

В усіх цих прикладах ми спостерігаємо синкретичне поєднання знаків двох систем: вербальної та невербальної, а саме графем з ідеографічними та піктографічними знаками. Порушення традиційної графічної норми створює оказіональний графічний образ, сприяє графічній виразності повідомлення, привертає увагу реципієнта та спрощує сприйняття друкованого матеріалу. Усі ці повідомлення виконують фатичну та сугестивну функцію, використовуючи формант-ідеограму/піктограму у структурі слова або цілого речення.

Отже, у переважній більшості заголовків до друкованих текстів для створення емоційності, неочікуваності, цілеспрямованості повідомлення, журналісти використовують такі нелітерні графічні знаки: шрифтові та піктографічні параграфеми, фонографізовані математичні знаки, емотикони з метою створення полісемічного змісту повідомлення. Явище полісемії у заголовках допомагає зробити швидкий перехід від однієї ізотопії до іншої, що має зазвичай комічний ефект. Такі заголовки містять незвичну, інтригуючу, вабливу інформацію, несуть основне прагматичне навантаження, викликають невимушені асоціації з новизною та цікавістю надрукованих повідомлень, потребують декодування та швидко запам'ятовуються. Усе це обумовлено прагненням активного впливу на реципієнта, спрямованістю на новизну, на оновлення та збагачення образних ресурсів мовлення друкованих видань у сучасному швидкому інформаційному потоці.

ЛІТЕРАТУРА

1. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования / И.Р. Гальперин. – М.: Наука, 1981. – 139 с.
2. Григорьева Т.М. Параграфемные явления в современном русском письме / Т.М. Григорьева // Язык, культура, коммуникация: аспекты взаимодействия. Научно-методический бюллетень / Под ред. И.В. Пекарской – Вып.1. – М.: Абакан, 2003. – С. 68 – 76.
3. Дейк ван Т.А., Кинч В. Макростратегии / Т.А. ван Дейк, В. Кинч // Язык. Познание. Коммуникация. – М.: Прогресс, 1989. – С. 41– 67.
4. Єрмоленко Л.Ю. Піктографічні та ідеографічні знаки у сучасній французській мові / Л.Ю. Єрмоленко. – К.: Вадим Карпенко, 2005.– 219 с.
5. Коваленко А.М. Заголовок англомовного журнального мікротексту-повідомлення: структура, семантика, прагматика (на матеріалі тижневика Newsweek): автореф. дис. ... канд. філол. н.: спец. 10.02.04 / Андрій Миколайович Коваленко; Київ. нац. лінгв. ун-т. — К., 2002. – 19 с.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРОВАНОГО МАТЕРІАЛУ

6. Le Figaro magazine #20539, 14 août 2010. 7. Elle # 3170, août 2008. 8. Le Monde 30-31 janvier 2014. 9. Elle # 3243, février 2008. 10. Elle #3270, septembre 2008. 11. Elle #3321, 21 août 2010. 12. Elle #3433, 14 octobre 2011. 13. Elle 3453, 2 mars 2012. 14. Marie-France #166, décembre 2007. 15. Paris-match # 3015, février 2012; # 3329, mars 2013. 16. Marie-Claire, #673, septembre 2008. 17. Style papers #3, janvier/fevrier 2008.

Стаття надійшла до редакції 14.10.2015 р.

Соболева Е.В., канд. филол. наук, ассист.,
Институт филологии КНУ им. Тараса Шевченко, г. Киев

ЛИНГВОВИЗУАЛЬНАЯ ПОЛИСЕМИЧНОСТЬ ЗАГОЛОВКОВ (НА МАТЕРИАЛЕ ФРАНКОЯЗЫЧНЫХ ИЗДАНИЙ)

В статье рассматриваются заголовки, в которых особое место занимают нестандартные способы комбинирования графических знаков и символов, которые выступают субститутами вербальных слов и формантов, выполняют их функции и формируют предложение с визуальной составляющей.

Ключевые слова: *полисемия, знак-индекс, шрифтовые и пиктографические параграфемы, математические знаки.*

Soboleva O.V., Candidate of Philol. Sc., Assistant Professor
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

VISUAL-LINGUISTIC POLYSEMY OF HEADLINES (BASED ON THE FRENCH-SPEAKING PUBLICATIONS)

The article deals with the headlines with the nonstandard means of combining graphic signs and symbols that appear as substitutes of verbal words and formants, perform their functions and form sentences with visual component.

Keywords: *polycemy, index sign, print and pictogram paragraphemes, mathematical signs.*

УДК 811.111’42

Солощук Л.В., д. філол. н., проф.,
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, м. Харків

НЕВЕРБАЛЬНІ КОМПОНЕНТИ КОМУНІКАЦІЇ В ЕКОЛІНГВІСТИЧНОМУ АСПЕКТІ

Стаття присвячена аналізу невербальних компонентів комунікації у межах еколінгвістичної парадигми. Виявлено потенціальні можливості невербальних компонентів комунікації, у взаємодії з вербальними компонентами, реалізовувати екологічну стратегію спілкування.

Ключові слова*: вербальний компонент комунікації, екологічна стратегія, еколінгвістичний, невербальний компонент комунікації.*

Еколінгвістична парадигма набуває популярності у сучасному мовознавчому просторі [5; 10; 11: 6-23], адже глобальне охоплення сучасного суспільства комунікативними процесами різних рівнів у всіх галузях життєдіяльності людини актуалізує необхідність прогнозування мовної політики для регулювання комунікативної взаємодії, для створення гармонічних стосунків між комунікантами. Вважається, що еколінгвістика, як один з нових наукових напрямів у вивченні мовної сфери існування людини та суспільства, зобов'язана своєю появою Е. Хаугену, американському лінгвісту [17]. А. Філл одним із першим виділив різні галузі в еколінгвістиці та розробив для них досить чітку термінологію [16: 60-75]. Предметом лінгвоекології в цілому стає аналіз засобів збереження життєздатності мови, яка розуміється як своєрідне оточуюче середовище людства [7: 191-201]. Сучасна еколінгвістика, вивчаючи соціальні проблеми мови та культури, підкреслює, що різноманітність містить потенціал для адаптації, сприяє гнучкості системи комунікації у цілому, коли функціональна різноманітність висловлень слугує основою ефективності комунікації [15: 114-113].

Однак, людська комунікація не обмежена використанням тільки мови. Комунікативний процес твориться людиною із залученням різних семіотичних систем, які корелюють з мовною системою, яка, безперечно, є найбільш системним утворенням, за допомогою якого можлива організація спілкування на будь-якому рівні. Людині притаманне бажання постійного розвитку, виходу на нові обрії можливостей вираження смислів у комунікативній діяльності. У 50-ті роки XX століття увагу привертає комунікативний потенціал невербальних компонентів, які людина використовує під час спілкування. За роки, що минули, накопичено багато свідчень щодо ролі невербальних компонентів комунікації в організації людської взаємодії, підтверджено їхню значущість для організації та інтерпретації комунікативної діяльності людини. **Актуальним** залишається систематизація та типологізація різноманітних невербальних компонентів комунікації, встановлення закономірностей їхнього функціонування й узгодження з вербальною складовою комунікації для визначення їхньої ролі у забезпеченні екологічності спілкування, коли у сучасному світі, який бурхливо розвивається, гармонійність спілкування повинна стати метою у глобальному сенсі.

Об'єктом дослідження є кінесичні, проксемічні та просодичні компоненти комунікації у сучасному англомовному діалогічному мовленні, які використовуються для забезпечення гармонійного спілкування мовців, **предметом** – особливості функціонування невербальних компонентів в організації гармонійного спілкування. **Мета** постає у виявленні ролі невербальних компонентів для реалізації екологічної стратегії комунікації.

При кваліфікації комунікації як екологічної / неекологічної враховується ціла низка взаємодоповнюючих чинникыв, а саме: відповідність нормам та принципам ефективної взаємодії, включаючи намагання передавати достовірну інформацію, характеристику ситуації спілкування, вибір адекватної стратегії поведінки, спрямований на Іншого, врахування його психоемоційного стану та прогнозування можливої реакції співрозмовника, у зв'язку з чим необхідним стає виділення **екологічної стратегії комунікації (виділено нами), яка веде до збереження фізичного та емоційного здоров'я людини [11: 387-388] Екологічна комунікація, таким чином, характеризується як спілкування, яке не здійснює шкідливого впливу на здоров'я людини,**

його психоемоційний стан. Відповідь на питання, що є простором неекологічної комунікації, здається очевидним. Це будь-які вербальні або невербальні засоби, стратегії та тактики комунікативної поведінки, які суперечать комунікативно-прагматичним та етико-мовленнєвим нормам, знижують комфортність мовленнєвого спілкування і негативно впливають на емоційне здоров'я людини. Тобто комунікація повинна відповідати моральним та етичним нормам суспільства, а комуніканти повинні в ідеалі представляти собою потенційно кооперативно-конформний тип (термін К.К. Сєдова) дискурсивної особистості, орієнтований на тактику погодження з партнером по комунікації.

Загальновідомою є істина про те, що всі люди різні. Але знають її якось об'єктивно, відсторонено, не застосовуючи її до себе й не пропускаючи її через власну свідомість. Мало у світі людей, які будуть сперечатися з приводу цієї істини, але ще менше тих, хто нею керується. Тобто саму ідею визнають, але майже ніхто її не дотримується. Якщо ця істина стає частиною світогляду, це змінює сприймання навколишньої дійсності, оскільки багато що стає зрозумілим у комунікативній поведінці людей. Тому останнім часом лінгвісти приділяють багато уваги питанням екології спілкування, що, на думку російської дослідниці Я.А. Волкової, яка виділяє деструктивний тип спілкування як неекологічну міжособистісну комунікацію, пов'язано зі зростаючою нетолерантністю як окремих індивідів, так і суспільства в цілому [2: 321-337]. Деструктивний модус спілкування стає одним з основних об'єктів сучасної антропоцентричної лінгвістики, а перед деякими її напрямами ставиться завдання запобігати конфліктам, залучати комунікантів до використання позитивних стратегій спілкування [6: 178-191], реалізація яких можлива за рахунок і невербальних компонентів комунікації (далі – НВК).

НВК за своєю природою є знаком неоднорідним. Він поєднує в собі різноманітні, інколи навіть протилежні за змістом риси, що відображає історію його становлення як знака комунікації. З одного боку, невербальні компоненти комунікації здатні зняти багатозначність вербального висловлення, з іншого – вони самі є поліфункціональними й вимагають спеціальних знань для їх інтерпретації. Через це вони можуть як забезпечити результативність спілкування, так і ввести співрозмовника в оману, якщо він не володіє або володіє недостатньо інтерпретаційною базою НВК. "Необхідно говорити про поліфункціональність невербальних компонентів та про їхню різноманітну зумовленість появи в комунікативному акті. Останнє ще більше наближає їх до вербальних засобів комунікації, вибір яких є соціально та ситуативно зумовленим" [4: 17; 18]. Поліфункціональність НВК спричинена їхньою двоїстою природою, оскільки, на відміну від слова, невербальним знакам легше надати альтернативного прочитання [9]. Власне, двоїстість невербальних знаків, якими користується людина, пов'язана з двоїстою природою самої людини. Як зауважує Н.Д. Арутюнова, мова є своєрідним аналогом людини, бо, як і людина, поєднує в собі матерію і дух, сприймається одночасно і розумом, і органами чуття, тобто дуалізм мови повторює двоїсту природу людини [1: 7]. НВК, як продукт комунікативної діяльності людини, будучи пов'язаними з вербальними компонентами за певними принципами, вбирають їх характерні риси.

Двоїстість НВК виявляється на різних рівнях їх активізації й полягає в тому, що застосування того самого невербального компонента може вести до різних наслідків у комунікативному процесі. НВК залучають до реалізації маніпулятивних стратегій в сучасній комунікації [14]. Беручи до уваги той факт, що в разі суперечності в семантичному наповненні вербальної і невербальної складових репліки невербальне вважається більш достовірним, досвідчений комунікатор досить легко може маніпулювати своїм партнером, переконливо передаючи явно хибну інформацію саме невербальним каналом, щоб позбавити свого партнера сумнівів у її правдивості. Тобто НВК потенційно може забезпечити як підтвердження істинних намірів комуніканта, так і їх приховування. У разі вдалого оперування НВК для приховування істинних намірів значно підвищується успішність одного комуніканта та різко знижуються комунікативні переваги іншого, якщо він не має достатньої комунікативної компетенції в декодуванні та інтерпретації НВК. Це пов'язано з такими характерними для НВК особливостями, як співвідношення свідомого/підсвідомого в їх використанні. Традиційно наголошується на превалюванні підсвідомого у використанні НВК. Виходячи з цього, наголошують на більшій істинності невербальних реакцій, ніж вербальних. Але стереотипні уявлення про НВК можуть заважати адекватному розпізнанню адресатом справжніх намірів адресанта. Індивідуальний досвід використання НВК дозволяє адресантові зменшити частку підсвідомого у використанні НВК. Це дає йому можливість приховувати свої істинні наміри й передавати через НВК вигідну для себе в певній комунікативній ситуації інформацію. При цьому зберігається зовнішня форма невербального знака, але вона не відображає внутрішнього змісту:

1) Scarlett knew how to smile so that her dimples leaped, how to walk pigeon-toed so that her wide hoop skirts swayed entrancingly, how to look up into a man's face and then drop her eyes and bat the lids rapidly so that she seemed a-tremble with gentle emotion. Most of all she learned how to conceal from men a sharp intelligence beneath a face as sweet and bland as baby's. They (Ellen and Mammy) taught her all that a gentlewoman should know, but she learned only the outward signs of gentility. The inner grade from which these signs should spring, she never learned, nor did she see any reason for learning it. Appearances were enough for the appearances of ladyhood won her popularity and that was all she wanted (Mitchell: 62).

Двоїстість невербального знака базується на здатності функціонування його зовнішньої форми окремо від відповідного їй стереотипного внутрішнього змісту. У наведеному вище прикладі героїня навчилася майстерно володіти саме зовнішньою формою невербальних знаків, які вона використовує для маніпулювання думками, знаннями, поведінкою співрозмовників, при цьому приховуючи свої істинні думки, замисли, плани заради досягнення своєї мети.

Адекватна інтерпретація НВК ґрунтується на комунікативному досвіді адресата. Адресат може розпізнати справжні наміри адресанта за допомогою невербального каналу, якщо виконуються дві основні умови: належність обох комунікантів до ядерного або хоча б маргінального кола їхнього дискурсивного оточення [12] та високий особистий рівень аудіовізуальної компетенції комунікантів, під якою розуміємо рівень їхньої аудіальної та візуальної спостережливості під час вербального

спілкування. З огляду на те, що невербальна інформація сприймається на слух (просодичні комунікативні компоненти) і зорово (кінесичні та проксемічні комунікативні компоненти), низький рівень аудіовізуальної компетенції комунікантів стає на заваді у вибудовуванні лінії комунікативної поведінки, яка є найбільш вигідною для комуніканта [12]. Мовці, які відповідають згаданим вище умовам, досить легко розпізнають справжній зміст невербальної поведінки співрозмовника:

2) Scarlett always showed her best face to her mother, concealing her escapades, curbing her temper and appearing as sweet-natured as she could in Ellen's presence, for her mother could send her to tears with a reproachful glance. But Mammy was under no illusions about her and was constantly alert for breaks in the veneer. Mammy's eyes were sharper than Ellen's, and Scarlett could never recall in all her life having fooled Mammy for long (Mitchell: 62).

3) For a moment the expression Mammy was wont to describe to herself as "bullheaded" flitted over her young mistress' face and then it passed into a smile, so difficult for Mammy to resist. But it did not fool the old woman. She knew Miss Scarlett was employing that smile merely to get around her and in this matter she was determined not to be gotten around (Mitchell: 535-538).

Скарлетт доволі нелегко приховати свої істинні наміри в спілкуванні з Нянечкою, яка добре обізнана з її технікою використання НВК для створення враження правдоподібності своїх намірів. У цьому випадку починає діяти закон "від протилежного": адресат, який належить до маргінальної та периферійної зон дискурсивного оточення адресанта [12], може трактувати НВК стереотипно, як засіб посилення та підтвердження істинних намірів адресанта. Натомість для адресата з ядерної зони дискурсивного оточення адресанта ці НВК свідчать якраз про намір ввести співрозмовника в оману.

Репліки-реакції залежать від попередньої репліки в структурному, семантичному та комунікативному планах. Але адресат має певну свободу у виборі варіантів мовленнєвої поведінки, незважаючи на програмуючий характер ініціальної репліки [3: 16]. Як результат, реагуюча репліка демонструє двоїсту залежність від ініціальної репліки, включаючи можливості або функціонально-семантичної та комунікативно-прагматичної відповідності, або неузгодженості:

4) "You're restless tonight. If you don't stop pacing you'll wear a path in the carpet." Dale Gilbreath missed the dirty look his wife sent him. He had chastised her from behind his newspaper. He tipped the corner of it down and smiled at her in the patronizing manner she loathed. "Is something wrong, dear? Don't you feel well?" "I feel fine," Rhoda's strained tone of voice wasn't very convincing. Dale was on the receiving end of another withering glance (S. Brown: 226).

Чоловік не бажає реагувати на невербальне вираження комунікативних настроїв та намірів своєї дружини. Він глузує з неї, удаючи, що не помічає її невербальної реакції на його зауваження *(Dale Gilbreath missed the dirty look his wife sent him).* Але зовнішня ввічливість на вербальному рівні позбавляє дружину можливості задіяти вербально оформлені конфліктно спрямовані тактики. Вона мусить обмежитися лише невербальною конфліктно зарядженою реакцією *(Dale was on the receiving end of another withering glance),* яку чоловік знов ігнорує, таким чином уникаючи відкритої

конфліктності і зберігаючи, у термінах лінгвоекології, гармонійність комунікативної ситуації, хоча тільки і на поверхневому рівні.

Ще одне стереотипне уявлення щодо функціональності НВК полягає у тому, що вони вважаються засобами інтенсифікації/експресивізації значення вербально репрезентованих інтенцій. Але НВК можуть бути використані і з метою мітигації, для пом'якшення вербально репрезентованих інтенцій, для ухилення від прямої відповіді на запитання та зменшення відповідальності мовця за зміст виголошуваного ним твердження, для послаблення іллокутивної сили відповідного мовленнєвого акту (далі – МА), таким чином забезпечуючи зняття контрадикторності спілкування, що відповідає канонам екологічності спілкування:

5) As the old man (Philip Harrison, Lambros's former father-in-law) climbed the steps, Ted rose to greet him, offering his hand.

"Ah, Dean Lambros," the old man said tonelessly, "congratulations. I'm very pleased to see you've gotten everything you've always wanted."

He then walked to his seat. Because, in truth, that is all they had left to say to each other (Segal: 528).

Уникнення використання стереотипного для ситуації привітання радісно-підвищеного просодичного жесту та безбарвна інтонація для поздоровлення зменшують значущість цього комунікативного акту і є етикетно оформленою вказівкою на неможливість розвитку подальших позитивних відносин між колишнім зятем і батьком його колишньої дружини.

Невербальні засоби мітигації зазвичай (*to say shyly, to shrug, to look away тощо)* комбінуються з вербальними, які репрезентуються такими лексичними маркерами, як *sort of, kind of, somewhat, somehow*, модальними дієсловами та словами *could, might, maybe, probably*, *possible,* конструкціями типу *I'm not sure, I'm afraid, I mean, I guess,* вигуками *uh, em* тощо:

6) Donald took a few steps into the shadowy depths of the alley. His arms hung limp at his sides and his shoulders were rounded beneath his awful burden. Watching him move with such pain, Hwan had never felt so helpless."This alley, so near to the hotel," Donald said. "I would imagine it's picked clean by the poor. A clean bottle like that was sure to be noticed in your sweep- and, seeing it, you would also see the boot prints."

"I was thinking that myself," Hwan said. "We'd recognize the pattern and would jump to a conclusion about who was behind it."

"This is possible." The Professor shrugged. "But it's also possible that an inconsiderate jogger threw it there and the perpetrators never even noticed it" (Clancy: 18).

Стереотипним також є пов'язування тихого голосу – з МА згоди, з невпевненістю, з комунікативним підкоренням. Але хоча людина сама створює стереотипи щодо НВК і їх дотримується, саме нетиповість НВК, порушення норм їх використання привертає увагу. Входячи в контрадикторні відношення з вербальною складовою МА, НВК інтенсифікує його іллокутивну силу, не порушуючи при цьому етикетні норми спілкування:

7) "Doctor," said India, putting a hand on his sleeve. Though her voice was toneless, it plead more loudly than words. "Let me see her for a moment. I've been here since this morning, waiting"(Mitchell: 995).

Таким чином, реалізація екологічної стратегії спілкування, коли «екологічно дружній стиль поведінки людини повинен стати внутрішнім імперативом» [8], можлива за умови дотримання норм у використанні невербальних компонентів комунікації. Перспективним вважаємо дослідження функціонування НВК у різних типах дискурсивної взаємодії як засобів забезпечення гармонійного спілкування у межах еколінгвістичної парадигми.

ЛІТЕРАТУРА

1. Арутюнова Н.Д. Наивные размышления о наивной картине языка / Н.Д. Арутюнова // Язык о языке (под ред. Арутюновой Н.Д.). – М.: Языки русской культуры, 2000. – С. 7-19.
2. Волкова Я.А. Дестуктивность как характеристика неэкологичного межличностного общения / Я.А. Волкова // Эмотивная лингвоэкология в современном коммуникативном пространстве : кол. монография [науч.ред. В.И. Шаховский]. – Волгоград: Изд-во ВГСПУ «Перемена», 2013. – С. 321-337.
3. Вохрышева Е.В. Коммуникативные стратегии диалогического взаимодействия в новоанглийском языке : автореф. дис. на соискание ученой степени д-ра филол. наук : спец. 10.02.04 “Германские языки” / Е.В. Вохрышева. – С.-Петерб., 2001. – 43 с.
4. Горелов И.Н. Невербальные компоненты коммуникации / Илья Наумович Горелов. – М.: Наука, 1980. – 103 с.
5. Джигалюк Н.Ю. Репрезентация эколингвистической парадигмы в формулах обращений / Н.Ю. Джигалюк // Ученые записки Таврического национального университета имени В.И. Вернадского. Серия “Филология. Социальные коммуникации”. – Том 24 (63). – № 4. – Часть 1. – 2011. – С. 448-454.
6. Кара-Мурза А.С. Юридизированные эмоции как причины и последствия речевых конфликтов / А.С. Кара-Мурза // Эмотивная лингвоэкология в современном коммуникативном пространстве : кол. монография [науч.ред. В.И. Шаховский]. – Волгоград: Изд-во ВГСПУ «Перемена», 2013. – С. 178-191.
7. Карасик В.В. Ценностные параметры лингвоэкологического общения / В.В. Карасик // Эмотивная лингвоэкология в современном коммуникативном пространстве : кол. монография [науч.ред. В.И. Шаховский]. – Волгоград: Изд-во ВГСПУ «Перемена», 2013. – С. 191-201.
8. Кулясова А.А. Пример этноэкологического подхода в обучении / А.А. Кулясова // О-Мега форум: III международный полярный год. – СПб.: РГТМУ, 2008. – С. 195-197.
9. Куницына В.Н. Межличностное общение / В.Н. Куницына, Н.В. Казарина, В.М. Погольша. – СПб: Питер, 2003. – 544 с.
10. Павленко В.М. Екологічний підхід у етнопсихології / В.М. Павленко, С.О. Таглін // Етнопсихологія: Навчальний посібник. – К.: Сфера, 1999. – С. 105-109.
11. Панченко Н.Н. Экологичность коммуникации сквозь призму достоверности информации / Н.Н. Панченко // Эмотивная лингвоэкология в современном коммуникативном пространстве : кол. монография [науч.ред. В.И. Шаховский]. – Волгоград: Изд-во ВГСПУ «Перемена», 2013. – С. 387-388.
12. Солощук Л.В. Вербальні і невербальні компоненти комунікації в англомовному дискурсі : [монографія] / Людмила Василівна Солощук. – Харків: Константа, 2006. – 300 с.
13. Шаховский В.И. Экология, валеология, лингвистика – три источника лингвоэкологии / В.И. Шаховский, А.А. Штеба // Эмотивная лингвоэкология в современном коммуникативном

пространстве : кол. монография [науч.ред. В.И. Шаховский]. – Волгоград: Изд-во ВГСПУ «Перемена», 2013. – С. 6-23.
14. Тахтарова С.С. Категория коммуникативного смягчения (когнитивно-дискурсивный и этнокультурный аспекты): моногр. – Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2009. – 432 с.
15. Шевченко И.С. Соотношение информативной и фатической функций как проблема эколингвистики / И.С. Шевченко // Когниция. Коммуникация. Дискурс. – 2015. – № 10. – С. 114-132.
16. Fill A. Language and Ecology. Ecolinguistic Perspectives for 2000 and beyond / A. Finn // Applied Linguistics for the 21st century. – Tokyo, 2000. – P. 60-75.
17. Haugen E. The Ecology of language. Essays by Einar Haugen. – Stanford: Stanford University Press, 1972.
18. Lowndes L. How to Talk to Anyone : 92 Little Tricks for Big Success in Relationships / L. Lowndes. – NY: McGraw Hill, 2003. – 347 p.

ІЛЮСТРАТИВНИЙ МАТЕРІАЛ

1. Brown S. Slow Heat in Heaven / S. Brown. – New York: Warner Books, Inc., 2001. – 456 p.
2. Clancy T. Op-Centre / T. Clancy. – Fiction English, 1993. – 129 p.
3. Mitchell M. Gone with the Wind / M. Mitchell. – New York: Warner Books, 1993. – 1024 p. Segal E. The Class / E. Segal. – New York: Bantam Books, 1986. – 532 p.

Стаття надійшла до редакції 14.10.2015 р.

Солощук Л.В., д. филол. н., проф.,
Харьковский национальный университет им. В. Каразина, г. Харьков

НЕВЕРБАЛЬНЫЕ КОМПОНЕНТЫ КОММУНИКАЦИИ В ЭКОЛИНГВИСТИЧЕСКОМ АСПЕКТЕ

Статья посвящена анализу невербальных компонентов коммуникации в рамках эколингвистической парадигмы. Выявлены потенциальные возможности невербальных компонентов коммуникации, во взаимодействии с вербальными компонентами, реализовывать экологическую стратегию коммуникации.

Ключевые слова: *вербальный компонент коммуникации, экологическая стратегия, эколингвистический, невербальный компонент коммуникации.*

Soloshchuk L.V., Doctor of Philol.Sci., Professor
V. N. Karazin Kharkiv National University, Kharkiv

NON-VERBAL COMMUNICATIVE COMPONENTS IN ECOLINGUISTIC ASPECT

The article focuses on the analysis of non-verbal communicative components within the frames of the ecolinguistic paradigm. The potential possibilities of non-verbal communicative components to create the ecological strategy in communication in cooperation with verbal components are defined.

Keywords: *ecolinguistic, ecological strategy, non-verbal communicative component, verbal communicative component.*

УДК 81’42:004.738.5

Тирон І.В., к.філол.н., асист.,
Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м.Київ

ВЕРБАЛЬНІ ТА НЕВЕРБАЛЬНІ ЗАСОБИ РЕКЛАМИ В СОЦІАЛЬНІЙ МЕРЕЖІ TWITTER

У статті аналізуються комунікативно-прагматичні особливості використання вербальних та невербальних засобів у рекламних повідомленнях, що реалізуються в соціальній мережі Твіттер. Особлива увага приділяється візуальним знакам в рекламних повідомленнях у Твіттері.

Ключові слова*: візуалізація, реклама, Твіттер, вербальні та невербальні засоби.*

Реклама стала невід’ємним атрибутом сучасного світу. Численні лінгвістичні розвідки рекламних повідомлень свідчать про невпинний інтерес мовознавства до рекламного дискурсу [3; 4; 6]. Людину XXI століття оточують рекламні повідомлення на телебаченні, на радіо, в друкованих газетах, журналах, на вуличних біл-бордах, в мережі Інтернет. Ф. Джефкінс наголошує, що потенціал Інтернету, на відмінну від інших комунікативних засобів, значно більший завдяки безпосередності, гнучкості та інтерактивності цього засобу [2, с. 526]. Рекламу в Інтернеті представлено в першу чергу рекламними банерами на веб-сайтах, рекламними повідомленнями в електронній пошті, електронними дощечками повідомлень. Серед такого різноманіття рекламних повідомлень в Інтернеті новим та популярним джерелом для поширення реклами стали соціальні мережі. Г. Почепцов у своїй праці «Від Facebook’у і гламуру до Wikileaks: медіакомунікації» зазначає, що соціальні мережі «стали сьогодні інформаційним ресурсом, де можна знайти будь-яку інформацію про кожного» [5, с. 83]. Протягом останніх років мовні особливості в соціальних мережах є предметом багатьох лінгвістичних досліджень [9; 12; 13; 14].

Рис. 1. Веб-сторінка Coca-Cola в Twitter

Всесвітня популярність соціальної мережі Twitter відкриває нові можливості для сучасних рекламних компаній. Поширення реклами в Twitter є швидким та дієвим засобом просування власної продукції. Велика кількість відомих компаній мають власні сторінки (accounts) в Twitter. Вважається, що зовнішній вигляд будь-якого сайту, веб-сторінки чи блогу – це ціла система візуальних і змістових відтінків, які сприймаються в цілому. Тому кольорова гама, логічна структура, гарні картинки, доступні сторінки є дуже важливими у створенні Інтернет-контенту [7, с. 112]. На веб-сторінці в Twitter американської компанії "The Coca-Cola Company" головним візуальним елементом є зображення пляшки з солодким напоєм (рис.1).

Обов'язковим структурним елементом є знак равлика @, що використовуються перед назвою компанії, без відступів – @CocaCola. Таке оформлення є характерним для Twitter в цілому, тому назви інших брендів мають таку ж структуру: @Lacoste, @Dior, @BMW, @Adidas, @Nike, @VictoriaSecret та ін. Водночас, знакове обмеження в Twitter у 140 знаків вимагає нових підходів до створення рекламних повідомлень, пристосованої до особливих умов формату цієї соціальної мережі. Майже кожне рекламне повідомлення в Twitter, так званий твіт (tweet), являє собою сукупність вербальної та візуальної інформації (рис.2).

Текстова частина рекламного повідомлення Coca-Cola представлена у вигляді спонукального речення *Learn a little something about #WomensEqualityDay and Share a Coke with bit.ly/1p5Wpjl*. Використання спонукального речення заохочує користувачів Twitter збагатити свої знання з історії про боротьбу американських жінок за можливість брати участь у голосуваннях. Гештег *#WomensEqualityDay* вказує на назву події та сприяє категоризації інших повідомлень за цією темою. *#WomensEqualityDay* є одночасно гіперпосиланням, що дозволяє будь-якому користувачу детально ознайомитися з інформацією за темою «День рівності жінок». Візуальна частина повідомлення у вигляді малюнка, на якому зображені п'ять пляшок Coca-Cola з викарбуваними жіночими іменами, є логічним продовженням заклику у текстовій частині повідомлення поділитися солодким напоєм (*…and Share a Coke with…*). Наведений

Рис. 2. Реклама Coca-Cola в Twitter

приклад рекламного повідомлення підтверджує думку Дж. Бігнела про те, що метою сучасної реклами є включення людини в структуру значення самої реклами, заохотити людину до участі в декодуванні лінгвістичних та візуальних знаків та, зокрема, отримати задоволення від цієї діяльності [8, с. 33].

Зважаючи на інтерактивний характер соціальної мережі Twitter, окрім спонукальних речень, поширеними є також питальні речення, що апелюють безпосередньо до користувачів Twitter:

✓ *There are over 100+beverages to tempt your taste buds with at @WorldsofCocaCola. What's your favourite?*(повідомлення з Twitter компанії Coca-Cola) [16];

✓ *NYC? Paris? London? Pick your favorite city photo, click here…*(повідомлення з Twitter компанії Lacoste) [17];

✓ *One line, six legends, countless stories. What's yours? Share it with #BMWstories. #BMW #3series @BMWUSA* (повідомлення з Twitter компанії BMW) [15].

Визначальною рисою таких рекламних повідомлень є можливість реальної відповіді, що унеможливлюється у будь-якій іншій рекламі. Зважаючи на це, рекламні компанії активно залучають користувачів Twitter для просування продукції власної компанії. Аналіз веб-сторінки відомого бренду Coca-Cola в Twitter дав нам змогу виокремити основі рекламні стратегії:

- Використання дієслова *retweet* з метою привернення уваги Інтернет-користувачів до власної продукції. Так, наприклад, у Twitter-account компанії Coca-Cola з'являється малюнок, на якому зображена весела, усміхнена компанія молодих людей, які в руках тримають пляшки з солодким напоєм Coca-Cola. Веселий настрій людей підкріплюється реченням «*Spread more smiles with Coca-Cola».* Власна назва бренду представлена у вигляді добре відомого логотипу у вигляді червоної кришки з написом *Coca-Cola.* Над цим малюнком прикріплене повідомлення *«RETWEET to help us spread the smilies! #MakeHappinessZA*». Тобто реклама *«Spread more smiles with Coca-Cola»*, що супроводжується малюнком на якому зображені усміхнені люди, має змогу бути не просто переглянутою, а й поширеною самими Інтернет-користувачами.

Рис. 3. Реклама Coca-Cola в Twitter

Регламентація довжини повідомлень у Twitter зумовлює використання капіталізації, що слугує виразним засобом візуального впливу на користувачів. Капіталізація дієслова *RETWEET* на початку речення фокусує увагу на головному. Досить часто дієслово *retweet* замінюється абревіатурою *RT*: «*Each sip of @CocaCola is better than the last* ☺Використання власних імен в рекламних повідомленнях (рис.3).

Під час рекламної компанії "Share a Coke", що стартувала навесні 2015 року з метою збільшення продажу солодкого напою Coca-Cola, було вирішено включати власні імена до тексту рекламного повідомлення. Текст у вигляді «*Hey [Name], #ShareACoke is back! Order bottles labeled with your name. Get yours now https://buy.shareacoke.com/*» поширюється серед користувачів Twitter. Перейшовши за гіперпосиланням, яким завершується рекламне повідомлення, будь-який Інтернет-користувач має змогу замовити і купити пляшку напою з власним іменем. Персоніфіковане звертання до потенційних клієнтів (*Hey Christopher…, Hey Josh…, Hey Lizzy…, Hey Elizabeth…* та ін.) стає інноваційним та успішним засобом просування солодкого напою, особливо серед молоді. Пити солодкий напій Coca-Cola з пляшки, на якій написано власне ім'я, стає модним хітом літа 2015 року. Варто зазначити, що рекламна компанія з використанням власних імен на пляшках не оминула й відомих людей. Так, після народження принца Джорджа у королівській сім'ї в Twitter компанії Coca-Cola з'являється текстове повідомлення «*Time for a royal celebration… Share a Coke with …*», яке підкріплюється малюнком із зображенням двох пляшок Coca-Cola, на кожній з яких викарбувані імена принца та принцеси – *Wills* та *Kate*. Безсумнівно, такий рекламний хід спровокував ще більший інтерес до продукції Coca-Cola.

- Створення рекламних повідомлень, пов'язаних із певною подією дня. Оскільки повідомлення в Twitter можуть з'являтися щодня, щогодини та навіть щосекунди, творці реклами створюють рекламні повідомлення, пов'язуючи їх з подією, яка є актуальною тут і зараз. Так, наприклад, третього серпня в Twitter так званою «трендовою темою» (trending topic) стає гештег #NationalWatermelonDay – Національний день кавуна в США. Компанія Coca-Cola відразу створює твіт-повідомлення, в текстовій частині якого пропонують поєднати поїдання кавуна разом із солодким напоєм («*Introducing a way to drink your Coke and eat it too on #NationalWatermelonDay»*). Вербальна інформація супроводжується малюнком на якому зображена своєрідна інструкція такого поєднання: змішати напій та начиння кавуна, розрізавши його навпіл, і смакувати як своєрідний коктейль. Використовуючи назву певного свята чи події в рекламних повідомленнях, рекламні компанії демонструють не тільки свою гнучкість, мобільність та оригінальність, а також близькість до інтересів будь-якої людини в Twitter.

Соціальна мережа Twitter стала творцем нового дієвого засобу творення реклами, відомого як *гештег* (хештег, hashtag), що є дуже популярним у віртуальному просторі. Структурною особливістю гештегів будь-якої реклами є обов'язковість наявності власної назви продукту, що рекламується. Аналіз веб-сторінки «The Coca-Cola Company» за 2015 рік показав активне використання гештегів *#ShareaCoke* та *#shareaCokeza*, що вказує на просування солодкого напою під назвою "Share a Coke". Іншими популярними гештеґами стали *#SummerCokeHacks, #cokemyname, #OpenHappinessCoke,*

#CocaCola, #Cocacolasummerfestival, #cokebottle, #CopaCocaCola, #OPICokeStyle, #CricketWithCoke. Новизна та оригінальне графічне написання гештегів (значок # + слово чи словосполучення) спричинила появу рекламних повідомлень із залученням такого графічного представлення окремих лексичних одиниць у рекламі, що ширяться за допомогою друкованих газет, журналів, телебачення, наприклад: *Audi. Truth in Engineering. #ProgressIs* (реклама торгівельної марки Audi); *Chocolate is better with M. #betterwithmms* (реклама шоколадних цукерок M); *Take a photo with #KREDENSCAFENEW* (реклама кав'ярні Kredens Café).

На думку А.Д. Бєлової, стрімкий розвиток інформаційних технологій, удосконалення комп'ютерів, поява різноманітних ґаджетів та виникнення нових видів віртуальної комунікації, зокрема соціальних мереж сприяє візуалізації комунікативного простору [1, с. 22]. Аналіз рекламних повідомлень у Twitter показав активне використання візуальних засобів. Окрім звичних для віртуального простору емотиконів (emoticons), у Twitter з'являються нові візуальні знаки на позначення предметів та дій – це так звані «стікери» (stickers) та «емодзі» (emoji), популярність яких пов'язана, насамперед, із системою спілкування Viber. В онлайн-словнику "Oxford English Dictionary" лексична одиниця *emoji* визначається як «маленьке зображення чи іконка, що використовується для вираження ідеї, емоції в електронній комунікації» («*a small digital image or icon used to express an idea, emotion, etc., in electronic communications*») [11]. Американська компанія "The Global Language Monitor", що слідкує за появою популярних слів чи словосполучень в англійській мові, у 2014 році визначає слово *emoji* словом року [10]. Водночас «стікери» (stickers) розширили арсенал графічних знаків та урізноманітнили віртуальне спілкування, насамперед за допомогою «розумних» мобільних телефонів (smartphones) та iPhones.

Яскравим прикладом залучення «emoji» є повідомлення в Twitter, що створила «The Coca-Cola Company»:

I'd to teach the to in perfect harmony. I'd like to the a Coke, to keep it . #WorldEmojiDay

Заміщення окремих лексичних одиниць такими візуальними знаками в рекламному повідомленні сприяє економії мовних засобів, що так важливо для обмежених у знаках повідомлень в Twitter. Характерним для подібних яскравих знаків є те, що кожен такий символ може виступати будь-якою частиною мови. Так, палець піднятий догори традиційно означає «like» та не викликає ніяких труднощів у його розумінні. Декодування знаків у цьому рекламному повідомленні відбувається за рахунок їх логічного розташування у реченні, що допомагає Інтернет-користувачу співвіднести кожен семіотичний елемент з певною частиною мови. Оформлення рекламного повідомлення за допомогою «стікерів» чи «емодзі» демонструє уміння рекламних компаній бути сучасними, а також прагматичними. Використання невербальної мови візуально приваблює Інтернет-користувачів до рекламного повідомлення, збагачуючи його додатковими образами та ідеями.

Отже, можливості віртуального простору, зокрема соціальної мережі Twitter, відкривають новий креативний майданчик для творців рекламного дискурсу. Вдале

поєднання вербальних та невербальних засобів в Twitter забезпечує ефективність того чи іншого рекламного повідомлення, сприяє створенню оригінальної, пристосованої до сучасної активної людини, реклами, а також сприяє її миттєвому поширенню та популяризації серед Інтернет-користувачів, які можуть стати реальними клієнтами в реальному світі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Белова А.Д. Видеориторика в современном коммуникативном пространстве / А.Д. Белова // Лінгвістика XXI століття: нові дослідження і перспективи. – К.: Логос, 2010. – С. 22-34.
2. Джефкінс Ф. Реклама / Френк Джефкінс. – К.: Знання, 2008. – 565 с.
3. Крутько Т.В. Англомовна реклама у віртуальному просторі: автореф. на здобуття наук. ступеня к.філол.н.: спец. 10.02.04 «Германські мови» / Т.В. Крутько. – Харків, 2006. – 20 с.
4. Медведева Е.В. Рекламная коммуникация / Елена Вячеславовна Медведева.– М.: Издательство ЛКИ, 2008. – 280 с.
5. Почепцов Г. Від Facebooky і гламуру до Wikileaks: медіа комунікації / Георгій Почепцов. – К.: Спадщина, 2012. – 464 с.
6. Ткачук-Мірошниченко О.Є. Імплікація в рекламному дискурсі (на матеріалі англомовної комерційної реклами): … автореферат на здобуття наук. ступеня к.філол.н.: спец. 10.02.04 « Германські мови» / О.Є. Ткачук-Мірошніченко. – К., 2001. – 20 с.
7. Сорокина Е. В социальных сетях. Twitter – 140 символов самовыражения / Е.Сорокина, Ю. Федотченко, К. Чабаненко. – СПб.: Питер, 2011. – 144 с.
8. Bignel J. Media Semiotics. An introduction / Johnathan Bignel. – Manchester, 1997. – 241 p.
9. Chen E. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://blog.echen.me/2012/07/06/soda-vs-pop-with-twitter/
10. Global Language Monitor [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.languagemonitor.com/
11. Oxford English Dictionary [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.oed.com/view/Entry/389343
12. Page R. The Linguistics of Self-Branding and Micro-Celebrity in Twitter: the Role of Hashtags / Ruth Page // Discourse and Communication, 2012, 6 (2). – P.181-201.
13. Zappavigna M. Ambient affiliation: a linguistic perspective on Twitter / Michelle Zappavigna // New Media and Society. – USA, 2011. – № 13 (5). – P.788-806.
14. Zappavigna M. The discourse of Twitter and Social Media. Continuum discourse / Michelle Zappavigna. – London, New York: Continuum International Pub. Group, 2012. – 227 p.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

15. BMW [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://twitter.com/bmw
16. Coca-Cola [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://twitter.com/cocacolaco
17. Lacoste [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://twitter.com/lacoste

Стаття надійшла до редакції 14.10.2015 р.

Тырон И. В., к. филол. н., ассист.,
Институт филологии КНУ им. Т. Шевченко, г. Киев

ВЕРБАЛЬНЫЕ И НЕВЕРБАЛЬНЫЕ СРЕДСТВА РЕКЛАМЫ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ TWITTER

В статье анализируются коммуникативно-прагматические особенности использования вербальных и невербальных средств в рекламных сообщениях, которые реализуются в социальной сети Твиттер. Особое внимание уделяется визуальным знакам в рекламных сообщениях в Твиттере.

Ключевые слова*: визуализация, реклама, Твиттер, вербальные и невербальные средства.*

Tyron I. V., Cand. of Philol. Sc., Assistant Professor
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

VERBAL AND NON-VERBAL MEANS IN TWITTER ADS

The article deals with the analysis of communicative and pragmatic peculiarities of verbal and non-verbal means in Twitter ads. Special attention is paid to the role of visual means used in Twitter ads.

Keywords*: advertising, Twitter, visualization, verbal and non-verbal means.*

УДК 811-112=161.2

Тищенко К.М., д.філол.н., проф.,
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ПОЛОВЕЦЬКИЙ СВІТ ЯК ТРАНСЛЯТОР ДАВНІШИХ ЕТНІЧНИХ ВПЛИВІВ

Стаття продовжує теми публікацій автора 2011-2015 рр. Половецький пласт топонімів розкриває раніше невідомі шляхи впливу давніших етноменшин на формування українців.

Ключові слова: *топонімія, половці, давніші етноменшини, етногенез.*

1. Об'єднавчу роль у формуванні народу та інтеграції в ньому меншин відіграє мова [48, 389]. Це видно і з ***Y-хромосомного складу українців***: до складу тепер мовно об'єднаної спільноти на різних етапах її історії увійшли сусіди-степовики (група R1a: іранці – *скіфи, сармати, алани* й тюрки – *печеніги, половці*), а також племена кельтів (R1b: *неври, бастарни*), карпато-балканці (I2: *фракійці, іллірійці*), скандинави (I1: *свеви, готи, варяги*), *ліви* (N) і *бербери* (E1b1b) [33]. Наші лексичні запозичення й іншомовні топоніми мають ті ж самі джерела, тобто *кожна меншина «розписалася» тричі: у генетичному коді українців, у словнику й на карті*.

2. У X-XV ст. головним змістом подій у Наддніпрянщині не раз ставала ***асиміляція степовиків*** – мадярів, печенігів і половців. У X ст. тримільйонний народ печенігів витіснив зі степу своїх сусідів мадярів. Країна печенігів Пачинакія включила понад 80%

земель теперішньої України (Костянтин Порфирогенет, 950 р.). Здогад О.Пріцака про столицю печенігів біля лісу *Печеніжець* на р. *Росаві* підтверджено методом топонімічного контекстування: це місто *Кагар·лик*, ім'я якого походить з геноніма *канґар·* 'три елітарні орди печенігів' + *·лик* 'суфікс місця' (букв. 'кангар·ське', пор. с. Kangar·lu, Іран) [35, 168]. Зазнавши спроби християнізації (Bruno v. Querfurt, через Київ, 1008 р.) та по ісламізації (1010 р.) "після занепаду їхньої держави велика частина печенігів прийняла зверхність торків/ огузів, а пізніше... *половців-куманів та розплилася в них*, щоб потім у великій мірі стати частиною української мовної спільноти» (висновок О.Пріцака) [25, 100]. Уперше з'явившись під Києвом у 1054 р., літописні «агаряни»-половці розбили далі печенігів, як ті раніше мадярів, і зайняли їхні степи й лісостеп.

Саме з цієї причини низка культурних символів виявилася тепер спільною для половців і українців. Серед них *євшан-зілля* і *козак Мамай*. Відоме з літопису *євшан,* чуже для решти слов'ян, – це водночас тюркське «полин» (рос. діал. [*емшан*], м- < в-; тур. yevşan, чагат. jaušan). Укр. [*мамáй*] «*половецька* кам'яна статуя в степу» < [*ба-бай*] (м- < б-; пор. *Бабаї* Хк ~ *Мамаївщина*+ («Барвінкове») См См, оз. *Мамаївське* Чк Чк, ногайс. аул *Мамай·сура* Зп [28, 351]); за змістом це babá «avus», предок [64, LIX] (степ, Балкани), отже, '*козак-предок*' (цікаво, що у половецькому контексті). Вір-менський етнонім половців **xarteš** 'білявий' мотивує імена козацького о. *Хортиця* і низки сіл у куманських контекстах від Грузії, Чернігівщини, Білорусі й Новгоро-дчини до Південного Уралу й Алтаю (села ხურტისი *Хурт'ісі,* ხართოშო *Хартішо, Хортиця, Харціца, Хортицы, Хортица*) [36, 482-483]. Сама вірменська назва пояснима з факту перебування хана Отрака при дворі царя Грузії Давида у 1117-1126 рр.

Як зазначає П. Ґолден, від 1260-х рр. нащадки Батия (джучіди) з Сарай-Бату на Волзі у боротьбі з хулаґідами Ірану знайшли вигідних союзників – кипчацьких *мамлюків* Єгипту і Сирії. Джучіди далі постачали туди рабів-половців через свої крим-ські порти [58] для війн з Іраном. За київським літописом половці були переважно «агаряни» (мусульмани). Але з мадярських джерел відомо, що зі страху перед навалою монґолів частина половців стала християнами. Тепер вони і призначалися на продаж у рабство до мусульманських країв. Для розширенння масштабів християнізації було укладено Codex Cumanicus у середовищі протеґованих монґолами фра-нцисканців, що мали тоді монастир св. Іоана на Волзі біля Сарай-Бату [58]. З аналізу мовних особливостей цього рукопису зроблено висновок, що він був створений у Солхаті (Ескі-Кирим, Старий Крим) або Кафі (Феодосії) у 1292-1340 рр.

Codex Cumanicus досі є найважливішою пам'яткою половецькї (куманської) мови [36, 418-457]. Тут на рівних представлено три мови – половецьку/ татарську, перську й латинську. Така географія однозначно вказує на користувачів твору. П.Ґолден пише про це так: «Італійські торговельні колонії в Криму мали регулярні зв'язки з Таною (Азовом), звідки йшли товари з Азії. Також існували контакти з ільханідами через Трапезунд. Дагмар Дрюлль (D. Drüll. Der Codex Cumanicus: Entstehung u. Bedeutung; Stuttgart: Klett-Cotta, 1980) слушно вказала, що авторами латинсько-персько-куманського глосарію ("перекладацької частини" Codicis Cumanici) мали бути ґенуезці з Кафи, адже тільки вони торгували з підлеглими як ільханідів, так і джучідів. (...) Крим мав довгу традицію работоргівлі, як видно, наприклад, з казахської приказки "Uli irimga, qizi Qirimga ketti"

(Син – у заручниках, донька в Криму [в рабстві]). Тримовний глосарій відображує саме цю орієнтацію торгівлі, що видно і з детальних переліків товарів" [58]. *Для нашої теми це означає, що у XIII-XV ст. ніякого запустіння у Наддніпрянщині не було. Тільки тяглістю населення можна пояснити тяглість історичної і етнічної пам'яті українців з домонґольських часів, як і дополовецькі аналогії в нашому героїчному епосі. Інакше непоясними також масові факти збереження дополовецьких назв у місцевій топонімії.*

3. Зі світом степовиків пов'язаний і хоронім *Україна*. Так, влуж. ***wukraj*** означає 'чужина', а ***wukrajnik*** – 'іноземець' [70, 162], і саме в цей осмислений ряд стає верхньолужицька назва України – ***Wukrajina*** [9, VI, 28], пор. укр. ***Вкраїна***. Х.Шустер-Шевць вважає *wukraj* калькою з нім. Aussland (букв. "замежна земля»), як і *tukraj* In-land, *vótcny kraj* Vaterland [76]: лише у верхньолужицькій мові ці назви системно протиставлені. Існує тут і важливе для теми поняття «w słowjanskim wukraju» 'у слов'янському зарубіжжі' [24, 176]. Існування лужицько-української ізоглоси –Україна ~ Wukrajina – вказує на праслов'янський вік цього поняття (пор. і етнонім Wkrany).

З іншого боку, серед значень українського слова *українці* є і таке: «жителі степової частини України; степовики» [9, VI, 28]. Промовисті й свідчення фольклору: "Прибудь, прибудь, мій миленький,/ ***з україн далеких***» (Гринченко, ДВУ, 1945), «Ой горе, горе калині при долині/ Та так сироті ***на чужій україні***» [8, 167].

Минуле доукраїнського степового населення – таки іранське й тюркське. Лексема **wukraj** та співіснування у верхньолужицькій слів **wukraj** і **Wukrajina** може поставити крапку над **і** в етимології назв країни *Україна* і народу *українці*. У певний період етногенезу ціла Наддніпрянщина могла сприйматися іншими слов'янами (зокрема й лужичанами) як słowjanski **wukraj** «слов'янське **зарубіжжя**». По слов'янізації іранських і тюркських сусідів-степовиків – нащадків ясів, печенігів, половців, ковуїв, торків, чорних клобуків – наш давній слов'янський народ був ототожнений з цим хоронімом Wukraj, від якого склався відповідний етнонім – *українці* і назва мови – *українська*. У світлі сказаного наукове поняття М.Грушевського «Україна–Русь» видається провидницьким: то не синоніми, не етапи, то дві складові цілого «Степ + землі Києва-Чернігова-Переяслава».

4. Таким чином, асимілювавши місцевих монґолів (див. аль-Омарі, цит. у [36, 478]), половці долучилися до нової державотворчої еліти, водночас зберігши роль транс-*ляторів мовно-культурних впливів давнішої діаспори* – кельтів і ґотів. Ні тим, ні тим у варязькій історії Києва місця немає, але до нас дійшов їхній мовний слід: значить вони існували серед «агарян»-половців. Чимало мовних фактів прямо вказує на те, що, наприклад, значно давніші від половців ***групи кельтизованого населення*** могли надовго затриматися як іншомовні вкраплення саме серед команів Правобережжя.

Милоградську й зарубинецьку культури «між Карпатами і Дніпром» пов'язують з *неврами* та *бастарнами*, *нащадки яких згодом розчинилися у деревлянах* [20, 553], як і пізніші *тервінги* [81]). «Найдальше на північний схід скупчення кельтських гідроні-мів існує між нижньою течією Прип'яті й Тетерева, тобто на тій самій території, де був знайдений *найдальший північно-східний «кельтський археологічний комплекс* – поховання біля с. Залісся» [22, 40]; тут і 7 груп пам'яток милоградської культури [23, 189; 22; 23].

Про «вічний клекіт» порогу в р. Уборть біля гирла р. *Радор·обель* у с. *Радр·овель*+ (тепер «Хмелівка») Жт Олевськ відомо вже 12 років. Прототипом назви є кімр.

rhaeadr·awl ‘водоспадна, порожиста, гучна, як водоспад’, від кімр. rhaeadr ‘поріг, каскад’ [59, III, 2997]. Очне свідчення 25.07.2003 р. К.Тищенка, В.Ковальчук, М.Бастуна: «Біля гирла високлої р. *Радоробель* характер течії р. Уборть свідчить про наявність порогу, бо вода вирує і гучно тече. На березі – окремі виходи дикого каменю» [34, 232]. Інші кельтські топооснови в куманських контекстах: г. *_·ШоТАРН·я* *vo·starn· < ba·starn·i? біля м. САТАН·ова **Тр** < половецький хан Сотан, кирг. sataŋ ‘гарний’; г. ***КАМУЛА*** кимр. cwmwl ‘хмара’ біля с. ВОЛОВ·е **Лв** ґерм. Valew·en ‘комани’?; р. ***СУКІЛЬ*** лат. Sucell·us ‘божество з молотом’ у м. БО-ЛЕХ·ів **ІФ** коман. bulaq ‘джерело’?), с. ***ГЛАН·ишів*** **Кв**, р. ***ЛОВРа*** **См** Ямпіль, р. ***ЛА-ВРУС****иха* у с. Ребедайлів **Чк** (кімр. glan ‘берег’, р. Glana і Labarus в Галлії) [68].

Концепція кельто-праслов’янських мовних контактів була висунута О.Шахматовим [74] ще 1911 р., однак далі тенденційно розкритикована М.Фасмером і К.Бугою. Попри це за століття низку слов’янських кельтизмів таки визнано: *владика*, *свекор*, *мотика*, *оборіг*, *смерека* ([80] у статті: [38]), *язик*, *слуга*, *книга* (нлуж. knigły < кімр. canigol ‘співаник’ (про Псалтир) [34, 345]), *кінь*, *корова* (дкельтс. *kankas ‘стрибун’; carvos ‘олень’ [45, вип. 10, 197; вип. 11, 110]. Пор. також *Дажбог* (< Dagda) [47], у т. ч. лише в українському *фольклорі* [34]: текст пісні «Поміж трьома дорогами.../ Там здибався князь з *Дажбогом*...» (муз. обробка М.Леонтовича); образ панночки з «Вія» М. Гоголя і славетний монолог «Підніміть мені вії...» (< Балор [17, 115]).

Відомо, що *кельтську шинку* **вміли готувати в античні часи в усій припіренейській смузі Гіспанії, прилеглій до Кельтики: у** *Кантабрії*, *Памплоні*, ***Керданії*, – а також у** *Менапії* **на Рейні [21, XIII, 54; 31, III, IV, 11, 85-86; 67, 145].** *Керданія* **(лат. Ceretania), область у Піренеях; назва від ранньо-ірл. [caerthann] ‘горобина’, пристосована від давнішого корн. kerd ‘вільний прохід, шлях’, ірл. ceird, кімр. cerdd ‘подорож, перехід’ [68], топоніми: Go*gerdd*, Go*gerddan* [59, I, 465]. Дотепер залишалися непоміченими схожі на цей іспанський хоронім топоніми в Україні** *КИРДАНи* **Кв, Жт,** *КЕРДАНовець* **Вн, кут *-івка* Хм (згодом усе це землі *половців*) і прізв. Кирдан.**

У зв’язку з цим стає актуальним факт імовірного прототипу ім’я сусіднього іспанського хороніма Астурія (ісп. Asturias NB форма множини) < ранньо-ірл. [**astur**] ‘подорож, дорога’ [68]; можливі репліки в Україні: р. СТИР, р. ЩИРа, -ець **Лв**, -ське **Чк**, **Кг**, ЩУРі **Вн**, -ка **Хм**, -івці **Вн**, **Хм**, -івка **Чг**, **Хк**, **Кг**2, -ин **Вл**, -ове **Дц**, -овичі **Лв**.

5. Так само з південних, половецьких теренів України походять виявлені ***ознаки асиміляцій вкраплень римлян і греків***. Вивчаючи розвиток Черняхівської культури, М.Щукин зазначає, що «певну роль у формуванні [її] могли відіграти й вихідці з римських провінцій – легіонери, що перейшли на бік варварів, військовополонені, захоплені на Балканах і в Малій Азії» [44, 160]. З письмових джерел відомо, що лише під час походу 251 р. на бік Кніви перейшли 10 тисяч римських легіонерів (Iord. Get., 90; Zos. 1.20-21; Zonar. 12, 19; Сагарда 1916; Щукин 1991а; Лавров 1997) [44, 160]. Ознаками асиміляції можуть бути дані топонімії, як-от назви трьох сіл *Стратіївка* **Вн** (пор. гр. στρᾰτιά ‘військо’ або στρατηγία ‘область під орудою стратега’ [77, IV, 116]; гр. στρατιῶται означало лише професійних військових на відміну від ополчення ὅμιλος (пор. ὁ πολὺς ὅμιλος καὶ στρατιώτης ‘багато озброєних і солдатів’ [77, III, 116]) (неподалік, імовірно у с. Данилова Балка, знайдено трофей 251

р. – скляну кулю зі скіпетра Траяна Децій [3]; деталі [36, 98–125]); також с. *Ладинь* **Вл**, *Ладинка* **Чг**, *Ро-мейки* гр. Ρωμαΐκα ‘грецька мова’ **Рв**, *Рюм·івське* Rūm **Мк**, *Рюми·ине* **Км** römisch.

Про ці ж процеси свідчить наш унікальний серед слов’янських мов простий майбутній час дієслів (*пити·меш, їсти·мемо*), що сформувався під явним впливом ранньо-романської моделі (пор. іт. berr·ai, manger·emo), також сепаратні запозичення (*цибуля, цятка, чинш, царина, гляг, злягатися, глек* < лат., ром.; *халепа, левада, комо-ра, лиман* < гр.), – деталі див. *Тищенко К.М.* Італія і Україна. – К., 2009. – С. 39-43.

6. Асиміляція залишків ґотів також пов’язана з районами скупчень ґотських топонімів на теренах наддніпрянських половців і прилеглих землях. ***Ґоти в Куманії*** засвідчені ще й у 1404 р.: їх знали як ґерманомовних християн з родоводом від північних народів (І.Галоніфонтибус) [26, 39; 61, 120]. Варязький Київ не відав про залишки давніших скандинавів або ігнорував їх (*Трахтемирів/ Заруб, Седнів/ Сновеськ* [37, 273-274]); тепер ґотський слід виявлено у топонімії, ėпосі, словнику, генетиці українців; значить, *він міг вижити лише у середовищі половців*, яке зберегло тяглість населення, історичної і етнічної пам’яті, козацьких дум.

Назви ***Дерев’янки*** **і** ***Крутенькі*** можуть продовжувати геноніми III ст. *тервінги* і *ґрутунги* з околиць вельбарських селищ на Віслі [36, 67-68]; пор. ● б. *ДЕРЕВ’**ЯНК**а* у с. ТОРське **Дц** Кр. Лиман: СТАВки; ● *ДЕРЕВ’**ЯНК**и* **Вн** ШАРгород: КОЗлівка, ПоКУТине; ● *ДЕРЕВ’**ЯНК**и* **Кв** Васильків: ^БЕРЕЗЕНщина; КОДАКи; ● *ДЕРЕВ’**ЯНК**и* **Лв** Золочів: ЗаСТАВне; ● р. *ДЕРЕВ’**ЯНК**а* = **Derewenk**а **Лв** Жовква: Під**ДЕРЕВЕНК**и, ДУМичі, ГЕРУСи, **МАЛДРИК**и; ● *ДРЕВ**ИН**і* **Вл** Іваничі: ЗаСТАВне (терени *половців*). Матеріали про назви «**Дерев’янк**·и» сумірні з концепцією, за якою нащадки ґотів-***тервінґ***·*ів* (з ґот. **triu** ‘дерево’) під дещо зміненим ім’ям зі слов’янським «L epentheticum» («вставним л») згодом могли взяти участь в етногенезі ***деревлян*** [81].

Пор. також ● *КРУТ**ЕНЬКИ*** **Чв** ХОТин: СТАВчани; ● оз. *КРУТ**ЕНЬКІ*** біля с. Лапутьки **Кв** Чорнобиль: ^ГУБИН; ● *КРОТ**ЕНКИ*** **Пл** Пл: ГУТИРівка, РУНівщина, ГОНТАРі, ОЛЕПІРи; ● *КРУТ**ЕНЬК**е* **Лг** Кремінна: БУТове; ● *КРУТ**ЕНЬК**е* **Дп** Орджонікідзе м/Р: ЧОРТОМЛик; ● оз. *КРУТ**ЕНЬК**е* у кол. с. Старосілля **Кв** КСв: СТОЯНка; ● оз. *КРУТ**ЯК**а* у с. Пекарі **Чк** Канів; ● *КРУТ**ЕНЬК**е* **Кг** Голованівськ: ОДАЯ. NB: характерне вагання флексії – *Крутеньк*·і/ -и/ -е.

Мовні контакти ґотів досліджені в Іспанії та Італії, де ґотська мова залишила запозичення (guerra, jardin, rico та ін.) [57; 56, 186], як і у мовах Східної Європи: укр. *хоругва* (hrugga), *дрібний* (ga·draban ‘витесувати’), *многий* (mnags), *кутя*, *дума* (ґот. *dôms); *щирий* (ґот. skeirs ‘світлий, ясний’), *тризна, глей, спритний* (В.Мартинов у [18, 17-18]); є запозичення через ґотську з грецької (*церква*, *піп*). Сепаратні українські ґотизми: *лихва, лихвар, мито*, *митник, митниця, вара, ні вари ні пари, воринна, о·**чун**яти* (**ᚴᚨ·ᚢᛁᚢᚾᚨᚾ** ga·**qiun**an ‘одужати’), ***хнюп**итися, по·**хнюп**лений* (**ᛞᛁᛋ·ᚺᚾᛁᚢᛁᚾᚨᚾ** dis·**hniup**an ‘розбити’), *на·**хром**итися,* ст. ***ус·кром**ити* (**ᚢᛋ·ᚺᚱᚨᛗᚷᚨᚾ** **us·hram**jan ‘розіп’яти’), ***ус·кроб**ати* (**ᚢᛋ·ᚷᚱᚨᛒᚨᚾ** us·**grab**an ‘утікти’), ***цимбр**увати, **цямр**ина* (**ᛏᛁᛗᛒᚱᚷᚨᚾ** **timbr**jan ‘будувати’), – прототипи з кн. J.Wright [36, 15, 147-151]. За М.Рахном, історичні слова ґотського походження збереглися в мові козацьких дум, як-от *барва* (farwa), *гаразд* (razda мова), *трунок* (dragk), *ушкали* (*wiskoi), *чуб, чуприна* (skuft),

шати (*hetaz) та ін. Є кальки з германської (*домотур/ домонтар* – heimskr; «*через мечу положено*» – пор. нім. vor dem Schwerte)» [26, A14]. У виразі «*через мечу*» – живий мовний доказ реальності контактів: збережений жіночий рід слова *меч* відповідає лише кримготс. mycha жін. р., готс. meki жін. р. [36, 495].

Нещодавно у назві с. *Трахте·мирів* Кв на Дніпрі упізнано готське ім'я Tructe·miro з документів Астурії та Галісії [51, 351]; Tructe·mirus [/Dru**h**t + /mer], kasa Tracte·miri [52]; також Gav·ila ~ *Гов·илів* Тр2, Cis·ilu ~ *Кис·илин* Вл, *Кисел-* 19 назв, *Кисл-* 13 назв. Це визначило нову якість дослідження, адже *основа щоразу засвоєна разом з формантом:* такі назви могли виникнути лише за *місцевої* готської доби.

Таке припущення було б підтверджене (або спростоване) залежно від виявлення інших назв того ж історичного кола в Україні. Цілеспрямований пошук виявив 180 таких відповідностей; наслідком стала монографія «Ключі з Астурії від минулого України» з відновленою з топонімії картиною історичних подій II-IV ст. [36]. Прототипи топонімів України тієї ж доби знайдені в іменах власних з документів не лише Астурії (А.Кортезан, 1912; Й.Піль, 1950), але й Галісії (О.Коссю/ М.Коста, 2004). При цьому просторова віддаленість прототипів від України – не перешкода: вона пояснима історією розселення племен у Середньовіччі.

Розглянуті українські назви – вторинні щодо ґотських. Зокрема, це видно з того, що складник *-ил-/ -іл-* є в них частиною нерозкладної основи, яка саме тому переважно приймає вторинні суфікси *-ин, -ів* тощо. Елемент *-мир-* краще зберіг свою природу іншомовного форманта, адже є 16 назв *ТуМИР, БуйМИР, СолоМИР, ДиМЕР*, *ПереМИЛЬ,* – і тільки 6 назв *КисЕЛІ*, *МотИЛІ* (пор. і *ТевЕЛІвка*). Разом з тим, деякі з цих топонімів фонетично старіші від імен з Астурії та Галісії, як-от назви того ж с. *ТраХтемирів*, платф. *ТороХтяний* біля с. Зарічне См Білопілля, сіл *РиХальське* Жт, *РиХли* Чг або потоки *ФрУмилів* і *ФрУнилів* ІФ Калуш, р. *АвУнда* у Криму (Гурзуф, Артек): пор. імена власні вестготс. *TraCtemir.us, TruCtin. us, RiKila; FrOmildus, FrOmilio, FrOnilli, AvOnda* [52] при давніших готс. *drau**h**ti, Re**ch**ila; fr**u**ma* 'перший', *fr**au**jinōn* 'панувати' [84, 317-318], [*Avi* + ***u**nda*] [52]. Це можна пояснити тим, що ґоти прийшли на Дніпро раніше (II ст.), аніж вестґоти за Піренеї (V ст.), – а отже, наддніпрянські назви хоча і вторинні щодо вестґотських, але є репліками давніших місцевих ґотських імен.

Трахтемирів і 110 топонімів його кола – це і є імовірні місця асиміляції ґотів. Дві лінії оборони Змійових валів ескарпами на північ (!) (*Яцьки–Стугна* і *Вільшан-ка–Обухів–Дерев'яна*) призначалися явно для захисту району Трахтемирова.

Серед реплік імен власних того ж часу, але іншої структури було упізнано імена ґотських королів Теодориха (● пот. **ТОДОРИК** у с. Ниж. Березів ІФ Косів), Liuba і Leovi-gildus (● **ЛЮБИ**ДВА Кв «два Люби»), Витізи (● **ВИТЯЗ**івка Кг Бобринець: СОРОЧАНове, ЄЛАНець; -еве Чк), королів свевів Малдри (Maldras 456-460; ● **МАЛДРИК**и Лв), Рехіли (див. вище), Мирона; королів вандалів Гунтериха і Гензериха (399-477; ● пот. **ГОНТАР**ка ІФ2, Чв; **ГЕНЗЕР**івка Кв); імена Gavinus (● пот. **ГАВИН**і і пот. **ГОНТАР**ка у с. Малий Рожин ІФ Косів; яр **ГАВЕН**ський Дц), Naustri (● **НОЗДР**ище Жт, -івка Лг), **Sindar**ius, Sinthar з герм. -i- [49, 138] (● пот. **ШИНДР**івка у с. Шешори ІФ Косів; с. **СИНДАР**евське Чг Ніжин (поруч у с. Пашкі-вка знайдено ґотську фібулу [44, 264, вкл. 5-1]), Catiuelas (● **КАЦІВЕЛ**і Км), Calabacinus (● **КА-ЛАБАТИН**е Мк), Cortelaza (● **КОРТЕЛІС**и Вл), Courovees

(● **КУРОВЕЧ**ка Хм). Етнофорні репліки: *КОДАК* Дп, *-и* Кв, *Стара ВАНДАЛівка* Од, *Нова ВАНДАЛинівка* Од, *БУРГУНка* Хс.

Ще у XX ст. М.Фасмер і О.Трубачов виявили в Україні цілу мережу ґотських назв річок [40]: *Стинавка* Лв; пот. *Щирець* Лв [43, IV, 507]; *Полтва* Лв, Рв; *Ікава* = *Іква* Рв, Вн; *Витвиця* ІФ, *Молода* ІФ; *Пилява, Піскава* ІФ, – пор. ґерм. *fisk-ah(w)a "рибна річка"; *Видава* Хм; *Тирихва* Вн, *Валява* Чк; *Танискава* Пл, *Мурафа* Хк; *Рандава* Хк < ґерм. *rand 'берег' + a(h)wa 'вода', *Велибок, Вітава* Дц. Також с. *Танява* ІФ; р. *Авунда* (з-під г. *Авинда*) в Гурзуфі у Криму < [Avi + unda] [52].

7. Свого часу В.Топоров присвятив окреме дослідження топонімічному сліду у Європі супутників ґотів ***балтів-ґаліндів*** [39] (пор. і в нас *КОЛИНДяни* **Тр** та ін.). В Україні є інші назви сіл з типово балтійським формантом *-монт* (*СУДИМОНТ* Хм Шепетівка, *РЕЙМОНТовичі* тепер «Богунівка» Рв Берестечко, *РЕМОНТівка* Вл Любешів, пор. Ейсмонт, Наримант), сотня топонімів з формантом *-шки* («лакмусовий папірець литовських назв» [4]), як-от: *Литви**ШКИ***, *Литви**ШКІв*** **Пл**; ШуШКИ, РевуШКИ **Вл**; ПерШКИ, СтаШКИ **Жт**; БорисиШКИ, ДовгелиШКИ **Рв**; КлиШКИ, ПолоШКИ **См**; КліШКІвці, ФоШКИ **Чв**; БиШКИ **Тр**; АбаШКИне, ТиШКИ **Хк**; ФолюШКИ, ЮШКИ, РомаШКИ 2 **Хм**; РяШКИ, ОстроуШКИ **Чг**; РосіШКИ 2 **Чк**. Існує помітний пласт топонімів від балтійських основ: *КОРЖ-* дпрус. **kargis** 'військо'; *БАКША* лит. **bakšta** башта, *КАЛИН-* лит. **KALINys** 'полонений', *КРИВ-* лит. **kareivis** 'воїн', *-ГРОБ-/* ГОРБ- лит. **grobis** 'здобич', *ЗУБ-* **zuobens** 'меч', *ТЕРН-/ ТАРН-/ ЧОРН-/ ЧЕРН-* лит. **tařnas** 'слуга'; *КАВІОНки* См Глухів: латв. **kaviens** 'поразка'. Значний пласт балтійських (переважно литовських) запозичень наявний в українському словнику: *толока, ремесло, лупатий, кирпатий, зашерхнути, грудка, жлукто, пелька, клуня* та ін. (Ю.Лаучюте).

На прадавній місцевий складник козацтва вказує реалія «*Чорна рада*» – козацька рада, «в якій, крім старшини, брало участь велике число рядових козаків (у Ніжинській раді 1663 р. було ***40 000*** (4000?) самих лише прибічників Брюховецького [46, II, 251]. – К.Т.). Традиційно слово «чорна» виводиться від «чернь» – термін, що ним старшина окреслювала рядових козаків, а також нижчі стани суспільства» [10, X, 3759; 46, II, 250]. «Много козаковъ значнихъ чернь позабивала» Л.С. 77 [32, II, 479] (пор. і *дівку-чернявку* з фольклору). Але чому *Чорну раду* сучасники звали ще й ***Чернецькою радою***? [12, 1075]. Що спільного між *черню* і *черницею*? Показано, що цю мовну логіку розкриває лише литовський словотвір: Diewo **tarnas** – слуга Божий (*чернець*), **tarnas** miesto – слуга *військовий* (букв. міста), **tarnai** *чернь*, прості люди.

Це спонукало до дослідження історії відповідної української топооснови. ЧЕРН- (*Черняхів, Чернігів, Чернівці*...) < **чернь** як можливого продовження лит. **tarnai**. І справді, саме з балтійських мовних фактів випливає висновок про гли-боку структурну відповідність цілого гнізда топонімів від лит. tařnas 'слуга' [55, 1060; 66, 780] з вірогідним слов'янськими продовженнями у вигляді Чорн-/ Черн-.

На зв'язок лит. tarn- ~ укр. ***Чорн-*** вказують топонімічні моделі з поморфемними відповідностями складників: с. **Черн·ИК** ~ лит. **tarn·IKas** слуга; оз. **Чорн·УХ**а ~ лит. **tarn·IUKas** служка, **Чорн·ИШ**і ~ **tarn·ŶS·tė** служіння; **Черн·ИН** Кв, Рв, **Tarn·-IN**y Pl ~ **tarn·IN·is** 'служити'; бол. **Чорн·ОВ·ИЩ**а ~ лит. ***tarn·ÁU·t·ŶSTĖ**, б. **Чорн·ОВ·ІВ**·-щина. Сусідства:

Czern·**IN**a ^Tarn·**OW**a Łąka; ТАРНоруда ~ ЧЕРНява Хм Волочиськ, ТАРНАВка ~ ЧОРНокінці Тр Чортків, пот. ТЕРНичний = ТАРНичний п ЧОРНого Черемошу ІФ, б. ТЕРНова = КОРНая *Ч-?; яр ТЕРНИГів Дц (пор. модель Чернігів).

Ключовим аргументом стали назви від основи з превербом лит. ра- ~ слов. Па-/ По-/ Под-, зокрема, унікальний ойконім **ПА·ТАРН·ОВ**ічы (тепер безнадійно скалічений на *Татарновічы* біля сіл Антопаль і Выгода Ву Брэст [54]; прототип PA·TARN·ĀVimas ‘об·слуга’) – поряд з **ПО**д·**ЧЕРН·ЁВ**о РФ Орл., **ПО·ЧЕРН·ЯЕВ**о 2 РФ Новг., **ПО·ЧЕРН·ИН**о РФ Калуз., **РО·CZERN·IN**o, -ia, **РО**d·**CIERN**ie Pl, **РО·ČERN**·y -ice Cs, **РО·CRN**je ВіН. Литовська лексична основа РА·TARN-/ Па·тарн- пояснила інакше не мотивовану основу По·черн-, а РА·TARN·ĀV – основи Па·тарнов- і По·чернёв-. Ця словотвірна модель надає переконливості й іншим наведеним українсько-литовським відповідностям тієї ж лексичної групи. При цьому цілком очевидно, що добуті висновки стосуються бічного, місцевого розвитку лексеми *чорний* і не зачіпають її основної етимології саме як лексеми з широкими індоєвропейськими паралелями.

Істотною виглядає роль таких «селищ слуг» в урбанізації теренів **черн**яхівської культури. Це видно з теперішніх назв-продовжень *Чернігів, Чернівці, Чернин, Чернява, Чернятин, Черниші, Черняхів, Чорнобиль, Чернчегородокъ* на Волині [29, II, 537] тощо (у реєстрі сучасних назв – 100 ойконімів від основи Черн- і 78 від Чорн- [60]).

Балтійська участь у формуванні топооснови Черн-/ Чорн- має відповідність в інших балтійських основах топонімії України (переважно із згадками війська): лит. karias і karauna, латв. kaŗš, kaŗa spēks ‘збройні сили’ (пор. авест. kārā; śpah), давньопрус. kragis, kargis (пор. податок *корговщина* у часи ВКЛ [16, 101] і *Коржовий шлях* уздовж Дніпра [46, 67]). Балтійським плем’ям були й *ґалінди* з племінного союзу вандалів: етнонім ґалінді на карті Європи та їхні давні міграції дослідив В.Топоров (а М.Щукин пов’язав із знахідками ножів туровського типу).

8. ***Початковими козацькими районами*** є Поділля і Волинь. Поділля було й части-ною Куманії: *Більшівці, Борщів, Сатанів, Кадиївці*, *Горошеве, Горишківка, Соко-лець*... На Поділлі виявлена також значна група топооснов з ґотськими прототипами (*Говилів* 2, *Турильче, Манилівка, Трусилівка, Станилівка* та ін.). В описі походу проти татар **1489** р. зауважено, що поляки могли успішно просуватися подільськими степами лише тому, що *мали провідниками місцевих козаків, які добре знали свій край* («mając wodzę kozaki tych tam miejsc świadome») [5, 45].

На Волині зауважені інші ґотські топооснови (*Когильне*, *Барилів, Реклинець, Моделів, Шишелівка* та ін.). Однак Волинь – не лише область пам’яток ґотської вельбарської культури, але водночас і частина Куманії (*Половецьке, Полонне, Пулганів, Сокаль*), а згодом – один з районів початку козацьких переселень на Дніпровський Низ. «Серед кріпаків [***на Волині***], особливо тих, хто мав засоби виробництва, була певна кількість заможних і багатих. Про них С.Ґрондський писав: «*Найзаможніші* з селян, навіть батьки родин, накопичивши певне майно, забирали його і, не спитавши дозволу у своїх панів, ішли в козаки, звідки їх було неможливо повернути» (S. Grondski, Hist. belli cosaccopolonici, c. 21)» [5, 47].

Двокомпонентні ґотські топооснови відомі й на сусідньому з куманським Поділлям ***Покутті*** (по + ?Kuthia Ґотія; *Витилівка, Годилів*), де 1490 року проти шляхти й

польського уряду почалося повстання під проводом **Мухи**, яке сучасники вважали козацьким. Польський уряд послав проти Мухи шляхетське військо з підсиленням від Прусії. Повстанці зазнали великої поразки під Рогатином [10, V, 1669].

Інші двокомпонентні ґотські топооснови відомі й у такій частині Куманії, як ***південь Київщини*** (пор. рід місцевих володарів за Литви на прізвище «Зе Сквири Половці» [16], топоніми *Обухів, Обухівка, Тетіїв, Великополовецьке*, а з іншого боку: *Кутелів, Трахтемирів, бол. Куржу́ківські Каварти́, оз. Крутяка*). Найраніші дані про козаків на Київщині датовані 1492 і 1499 р. [5, 45].

З якого ж матеріалу сформувалося слово *козак*? Ґ.Кун зауважує, що дзвінкі проривні між голосними в куманських говірках звучали як щілинні – **azam** замість **adam** ‘людина’: так є і у мові казанських татар і чагатайців, де **kazak** вимовляють замість **qadaq** ‘цвях’, а **Izil** замість **Idil** ‘Волга’ [64, XCVIII]. Значить замість *ghad̲al і ***kod̲ak** половці казали ghas̲al і cos̲ac. (Якщо ghasal перед cosac – синонім, то це *ghadal; пор. і прізвище укр. Ґдаль.) Інша кипчацька риса куманської – **k-** на місці огузьких g- (як в каз. **k**etti при тур. **g**itti ‘прийшов’).

Можлива етимологія cos·ac < *Goð·ak не суперечить генетиці (третина українців мають Y-гаплогрупу I [33]), ні поширеності основи Коз- (127 назв): *КОЗяТИН* (4), *-ова*, *-оВАТа*, *-ачани, -аківки* (є теорії, що виводять козацтво з «залишків давніх «вільних» хліборобських громад степової України» [5, 17]). Існує і збіг словотвірних моделей: *Ко*$^{д}/_{з}$*-ак* Дп, Жт, Рв; *-аки* Кв, Лв; *-ацьке* 9 назв; *Ко*$^{де}/_{зи}$*нка* Жт, Кв.

Слово *козак* – не «вільна людина», а «сторо́жа, вартовий». З припущенням про те, що ґотська традиція вижила у половецькому середовищі, тепер легше пов’язати факт фіксації у тримовному словнику в складі Codicis Cumanici першої письмової згадки слова *козак*. Через Вікіпедію десятком мов поширено відомості про те, що найдавнішу письмову згадку слова *козак* залишили не поляки, не турки й не монґоли, а ченці-францисканці. Слово-предок назви наддніпрянських *козаків* (з голосною -о-) уперше вжите у 1292-1295 рр. у тексті Codicis Cumanici і не “пізніше перейшло” до української мови, а залишилося в ній разом з українізованими (асимільованими) половцями (пор. О.Пріцак про “конґломерат степових племен за участю слов’ян”). Про написання *козак* / *казак* у М.Лєскова [19, 637-638] пор. і Д. Шурхало (www.rbc. ua/styler/dosug/istoriya-ukrainy-sem-luchshih-knig-kazachestve-1444251205.html).

Переклад куманс. **cosac**, пізньолат. guayta має примітку Ґ.Куна: «За Дю Канжем, gaita, тобто варта, вартовий», «те саме, що [перс.] نوبت (nowbat) або [ар.] نوبة [лат.] «excubiae», «custodia» [укр. ‘варта, охорона’]» [64, 118].

Оскільки слово **cosac** не має гармонії голосних (а-а), значить, воно ***не є питомо тюркським за походженням***, і це гостро суперечить офіціозу (Stökl), за: [5, 21-22]. Що більше, *кумани мали власні слова для поняття ‘дозорець’* – на с. 164 кодексу засвідчені *синоніми saht і sergek* [64, 234]. Ґ.Кун наводить до saht начебто аналог чагат. sāqci ساقچی, тут корінь sāq ‘будити, бити на сполох’. Sākçı і Sāğçı вживані у тюркських текстах XI-XV століть. Слово існувало у тюркській мові хакані XI ст. Джерелом слова sergek може бути мад. sereg /’šɛrɛg/ ‘військо’ (звідси й нове укр. *шерег*), множ. seregek; можливе й бурят. *серег* військо, війна [30, II, 421].

За сучасними для Ґ.Куна словниками 1837 і 1850 рр. слово كوزجى писали вже точніше كوزچى, вимову вказували [gueuztschi] тобто /gøz'či/, означало воно "охоронець, наглядач; розвідник, спостерігач, вартовий" [62, II, 661] – то ж тут Ґ.Кун правий. Однак слово *ґьозчі* недавнє; у текстах до XIII ст. є *тільки* відмінні від cosac gozetci, gozedci (усі від göz ґьоз 'око'). Їхнього ж ровесника, *слова XIII ст. cosac у старих тюркських текстах немає*: отже, знову – це слово не тюркське, а прийшле. Поготів *немає джерел* накинутого згодом значення *"вільна людина, кому хоче, тому служить". У такому разі елемент -ак- є суфіксом (укр. *слов·ак, русн·ак, прусс·ак, нім·ак, подол·як, земл·як,* прізв. ***Гд·ак*** (пор. *Ґзак*!)*, Пріц·ак; Литвяки* Пл*, Подоляки* Чг*, Слободяки* Лв). Цей суфікс не лише "східнослов'янський" [13, 110, д], але і пол. krakowiak, polak (і прізв. Widłak, Mań-czak; ***Gd·ak**·owo* Pl; і лат. -ācus, фр. -aque (топоніми на -acus: *Campiniacum, Latiniacum, Victoriacum*: Champigny, Lagny, Vitry [69, 181]); і прованс. -ac (*Cahuzac, Lissac, Ganac* F): пор. гот. Bitaco (*Битакове Озеро* Пл), Quiriacus (*Кирякове* Пл), Zarraco, Didacus [52].

Найраніша Січ була на острові Бучка. Ім'я острова *Бучка* або *Буцький* походить від слів «[*буц*], [*буцик*] 'прізвисько подолян, волинян' « [9, I, 312]; отже це «*острів подолян і волинян*»; а в разі виведення [*буц*] з **бут** (див. далі) – «острів здобичників». Пізніша назва острова *Бучко* (*Буцьки*) – *Томахівка* – пов'язана з перс. **تماشا** [tamāša] 'огляд, розгляд' і свідчить про те, що тут *наглядали за Дніпром і Диким Полем.* Виявлено 42 випадки *сусідства відразу трьох основ* ТОМАШ-, ПЕТР- і КАЛИН- (у **9 районах** (!) – це сусідні села): пор. ір. patraya 'наглядати' і лит. kalinys 'полонений'. Тобто за змістом це селища з вартою біля сіл полонених татар, адже «з історичних джерел відомо, що взятих у бою полонених козаки... використовували як робітників» [41, 450]): назви *Петроселівки* тотожні *Томахівкам, Сторожинцю*, *Стражгороду*.

Способом життя козаків був *бутинок.* Якщо *буц, буцько* – лише 'подолянин' і 'волинянин', тоді непояснимі топоніми від такої основи *саме на Волині й Поділлі*: БУЦини, БУЧин **Вл**, БУЦики, БУЦнів, БУЧач **Тр**, БУЦні **Вн**, БУЧки **Жт**. До двох таких назв є синоніми, у яких -ч- < -дч-, а -ц- < -дс-: ● р. *БУЧа* = БУДша, **БУДча** (*бут-?) у с. ЯСНогородка Кв КСв; ● стр. *БУЦкой* 1785 р. = **БУДськ**ий (*бут-?) у с. БУДи См Охтирка: ЛАНТРАТівка [28, 79, 74]. *Імовірно, що й інші топоніми з початком Буч-/ Буц- походять від основи Бут-* (пор. санг. botye, анг. booty 'здобич, награбоване добро'), укр. ст. *бутынокъ* 'здобич' < boot- + -ing (пор. "выходить на поле или на низъ за добычей – **бꙋтынѣкомъ**» [16, 404; 42, 53].

Слово ***бутинок*** – ґерманізм з неперервною історією: фр. butin, ісп. botin, іт. bottino 'грабунок' [63, 72]; ***морський термін з ганзейських міст***; butiner 'грабувати' (**XIV-XVI** ст.) [53, 121; 50, I, 159]; від с.-н.-нім. (ūt)**būten** 'розподіляти (здобич)' мала існувати фор-ма ***būting**, прототип укр. ст. **бутынокъ**; слово могло прийти з Балтики у XIV-XV ст.; у відозві до руського народу Богдана Хмельницького сказано, що предки русинів первісно вийшли з Помор'я балтійського; «спираючись на ці свідоцтва, Мацейовський у своєму дослідженні 1852 р. (с. 711-713) твердив, що поморяни, звані варягами, дали перший поштовх утворенню славного Запоріжжя, *слов'янської інституції, перенесеної з Балтики на Дніпро* [26, 17] (справді, князівський літопис не раз розкриває цю ж рису й у варягів);

у Стрийковського – kiedy się pod Włodzimirzem na Wołyniu butinkowali y dzielili [79, II, 521, 163]: видно українське посередництво в історії польського слова, інакше сполука -ti- мала б вигляд -ci-: *bucinkowali, – чого насправді немає.

Слово *січ* застосовували і до січового укріплення, і до Запоріжжя в цілому, а також до залоги реєстрівців [5, 259]; в 11 адміністративних районах України неподалік один від одного існують географічні об'єкти з назвами від двох різних основ: Січ-/ Сич- і Буц-; при цьому в 5 контекстах це *сусідні об'єкти* (знак ^): прот. *СІЧА* ^БУЧин Вл Любешів; *ПаСІЧне* ^БУЦЬКівка Хк Валки; *ПаСІЧна* ^БУКове ІФ Надвірна; пот. *БУЦівський* ліва притока р. ^СІЧІ Лв Мостиська; *БУЦин* ^СЕК.УНь Вл. Ст. Вижівка. Варіанти основ Сич-/ Січ-/ Сек- пояснимі, наприклад, кількома різними відповідниками ґот. **sakjo** 'суперечка, сварка' (свн. **sic** [63, 707], данг. **sæcc** 'боротьба, сварка, конфлікт', двн. **secka** 'боротьба') [71, 315]. У такому разі похідне від ґотс. sakjo мало б бути ***ga·sak**jo **'січовик'** (спільник у боротьбі). Чи не це прототип слова *козак*? Ці слова – синоніми, що безперечно є істотним.

Стає можливим конкретизувати шляхи перетікання непояснимо давніх ґотських впливів в український козацький епос – в рамках нового епізоду асиміляції на тлі недослідженої проблеми часового розриву. Гіпотеза cos·ac < *Goð·ak/ Kod·ak зобов'язує системно розглянути скандинавські мовно-культурні аналогії козацьких реалій, що недавно і зробив М.Рахно. Виходячи з того, що стародавній ґотський світогляд залишив слід в українських козацьких думах, дослідник робить висновок, що специфіка сюжетів дум зі скандинавськими паралелями є одним з етноідентифікаційних факторів при виявленні ґотських контактів і складником національної ідентичності українців [26, 67].

«Вестґоти й вандали, пише М.Рахно, принесли скандинавську епічну традицію на Піренейський півострів, а остґоти, ґерули та інші... до Північного Причорномор'я... Встановлено, що епічні перекази давніх ґерманців стали основою для створення пісень про битви й героїв у неґерманських народів, які асимілювали їх після Велико-го переселення народів». У XIX ст. в дискусіях про ***козацьке середовище побутування епосу*** українців та його витоки виявлено близькість українського і скандинавського епосів. «М.Богомолов ототожнював варягів і козаків, Є.Классен виводив козацтво від ґотів, О.Вельтман вказував на паралелі між українським козацтвом і бургундами та лонґобардами» [26, А7, А4], в українському весільному обряді знайдено впливи ґотської ідеології та суспільного устрою [11, 702].

Яскравою паралеллю до ґерманського епосу є виразно відмінна від епосів інших слов'ян дума чи історична *пісня про Байду*, основним суспільним призначенням якої є виховання в молоді зневаги до смерті. Для ментальності українців постать Байди знакова. До кола зіставлень М.Рахно залучає тут оповідь Саксона Граматика про Вітсерка, сина Рагнара, який помер 845 р. «Вражає те, що Вітсерк загинув через обставини, схожі на обставини смерті Байди». Схожа доля і у іншого сина Рагнара Ейріка... (Пріцак 1997, с. 223)» [26, 43-44].

Кінець думи про Байду, записаний у с. Рулікова (тепер *Руликів*) Васильківського пов. фольклористом Е.Руліковським (1879): «Ото ж тобі, цару, за твою кару». / Узлились яниченьки, стали його рубати, / *стали янгели крильми трепати, / стали його тіло і душу до небес брати*» (Rulikowski 1879, s. 135). Цю обставину, що суперечить християнському

канонові, царська цензура при одній з публікацій вилучила. Очевидно, що це ледь змінений скандинавський мотив валькірій – войовничих дів, які забирають витязів на небо до Вальгалли для їх пізнішого оживлення [26, 45].

Доказовості темі надає і наявність у топонімії України назв від основи, що нагадує ім'я Байди. На її давні історичні зв'язки вказують факти *існування такої ж основи серед вестготських топонімів Каталонії*: **Beida** [52], а також у *Польщі* й *Німеччині*. Прототипом ім'я може бути ґотс. *ga·baidjan 'змушувати, чинити моральний примус', каузатив *baidjan 'присилувати', пор. діcл. beiða, данґ. bædan (анґ. abide), дсакс. bēdian, двн. beiten 'вимагати, примушувати' [65, B7, B56; 71, 32]. Звідси ім'я Beida означало б "сильний духом", "той, хто примушує себе", що цілком відповідає образу Байди з "Пісні про Байду". Ознака давності основи в Україні – її майже виключне поширення серед гідронімів: ● крин. *БАЙДова* у с. Берестяги Кг; ● став *БАЙДовий* у с. Родниківка Кг; ● оз. *БАЙ-Дове* у с. Брусилів Жт; ● б. *БАЙДУНова* л Вел. СКЕЛю**BAT**ої Міусу Дц; ● р. *БАЙДАлів Яр* у с. ДРУ-Жне [41, 29] **drauht-** Вн; ● р. *БАЙДАкова* біля с. *БАЙДАкове* Кг; ● с. *БАЙТАли* Од; ● с. *БАЙДівка* Лг.

Серед епосів слов'ян драматична героїка наявна тільки в козацьких історичних піснях. Інші ґерманські відповідники кобзарського репертуару (невільницькі плачі) виникли з поховальних гімнів. Цей спадок українці могли засвоїти лише у складних суспільних процесах за участю ґерманського етнічного елементу [26, 7]. З часом такі процеси поширилися й на схід: пор. участь ґотів в етногенезі молдаван, румунів, кримських татар, росіян, українців і народів Північного Кавказу [44, 10]. Носіїв героїчного епосу (сліпців-кобзарів) – і, відповідно, середовища для його побутування – серед *казаків* Дону й Уралу не було. Натомість акад. Б.Рибаков знайшов *слід ґотських подій в епосі адигів,* записаному Ш.Ногмовим [27, 18-22]; є там *Адиль* (пор. *Атила*, але і Hedyl 'Ітиль' [61, 108]) і «антський князь Бакс<u>ан</u>» (Boz, традиційно Бож, але у фр. вид. 1869 р. <u>Box</u>!).

Вже «Ф.Боденштедт виявив в українських піснях і думах адаптовані ґерманські слова... Ф. Дж. Чайлд, ознайомившись із виданою М.Максимовичем думою про Олексія Поповича в перекладі німецькою Ф.Боденштедта, навів її... як паралель до шотландської балади про сповідь Робіна Брауна [26, 4-5]. Низку скандинавських аналогій в цій думі запропонував М.Сумцов: «якщо вже й шукати родичів малоросійського Олексія Поповича, то останні виявляться не у Великоросії, а в Швеції, Норвегії Данії, Англії…» (Сумцов 1894, с. 3). За висновком ученого, «набагато ближче до малоруських дум лежать… північно-європейські балади» (Сумцов 1894, с. 5) [26, 48], адже «всі гріхи Олексія Поповича мають відповідності в західних переказах. Зокрема, образи матері (і сестри) є в шотландській пісні, зневажання й розграбування церкви є не лише в українській думі, але й в оповіді архідиякона Генріха XII століття, шведських і данських піснях, вбивство дітей фігурує не тільки в думі, але й у данській пісні з рукопису 1590 року, там само згадано про образу громади, односельців (Сумцов 1894, с. 16)» [26, 52]. М.Халанський навів паралель між українською думою про Івана Коновченка та німецькою поемою XIII ст. «Смерть Альфарта»... Д.Ревуцький вказав на паралелі віщому сну Алкан-паші в думі про Самійла Кішку в ґерманському та французькому епосі... Р.Льове [писав про] потребу пошуку слідів ґерманської мови в говірці чорноморських козаків» [26, 5]. М.Рахно показав низку аналогій серед епізодів текстів козацького епосу, а також у складі так званих формульних дій [26, A13].

Витоки зимових обрядів: коляда. Для реконструкції етапів формування ментальності українців істотне вивчення витоків не лише героїчного епосу, але і обрядів. Слов. ***коляда*** і рум. colindă прийшли з ***західно***романських форм: лат. *calendae* ‘місяць’; у мові трубадурів *Різдво*: «Provençal *calendo* ‘Noël’ “ [45, X, 135]; катал., ісп., порт. *Calendas*, іт. *Calende*» ‘Різдво’ [72, 292]; це знову вказує на вестготський вектор (пор. руч. *Манжосівка, Мантролівщина*, с. *Тулушка*, См, *Кордубанове* Пл, *Курдибанівка* Тр, *Люби.два* Кв / Els Monjos, Montrol, Tolosa, Corduba, Liuba, Liuvi.gildus [36, 286–302]). Не всі *коляди* (річні дарунки) в Україні любили, адже козаки мали *«платити старості* ***колядки*** (*під Різдво*) по 6 грошей» (Архів ЮЗР... Док. № 16 [6, 117]; 1582 р. козаки скаржилися королю, що воєводи і старости «вигадують різні шарварки, ***коляди*** *і податки* (Жерела... Т. 15. Док. 34) [6, 153].

Літа, роки і *Годи*. У доповіді «O stanie cywilnym dawnych Słowian» І.Раковєцький зазначав: «Під час свята Коляди (Ku-Ładu) (!) давали один одному дарунки, запевняючи в прихильності й дружбі... Те саме ***свято*** *у деяких слов’ян звали* **Godami**». К.Войціцкі додає, що челядь сільська ходить від господарів «**na Gody**” [83, 91-92]. Тобто у поляків, що мають питомі слова lato і rók, звідкись було ще й слово ***Gody***, ***яке ніколи не означало років***. Воно вживалося лише у множині й означало тільки Святвечір (укр. *Багату* ***Кутю***) і колядування.

Кутя*, Кутія, коливо.** Після виявлення середньовічного поняття *Kuthia* ‘Кримська Ґотія’ [75] видно штучність пояснення слова ***кутя (страви і свята) як нібито назви всеслов’янського обряду. Насправді це слово є *лише у 4 слов’янських мовах*; його не можна було запозичити у греків, які *самі його не мають*, ані створити з «неясного за походженням» κόκκος, не будучи греком: пор. [9]. Згаданий Шільтберґер засвідчив роздачу у Св. Софії в Костянтинополі *колива*, але не *куті*.

Слова ***кутя*** (страва) і *Багата* ***Кутя*** (свято, пол. **Gody**) стають у ряд до ґотизмів ***церква, хліб, піст, піп, страва***. ***Кутя****, відомоме лише чотирьом слов’янським мовам (і невідоме у грецькій), – це ім’я Ґотії XV ст.* **Kuthia**, Cothia. Ім’я засвідчене у Г.Шільтберґера (Kuthia sprauch) і в мюнхенському кодексі Cod. 18298 Lat., [82, 278, прим. 5]: «Item in Cothia [*sic*!] alter archiepiscopus, quod genus per se diversis linguis distinguitur et subditur in parte Thartaris et in parte Januensibus” (“Також у Котії (Ґотії) є інший архієпископ, народ якого має окрему мову і підлягає частково татарам, а частково ґенуезцям») [36, 376]. Припущення про те, що у назві свя́та *Кутя* міститься саме ім’я країни *Кутії*, зміцнює польська назва цього свята *Gody*.

Важливе техніче поняття колядників і щедрувальників ***береза*** ‘повідник хору’ [7, 22, 29] може походити з ґот. barusnjan ‘добре керувати’ (administer well) [65, 63], або прагерм. *ƀurʒjanan: днор. á-byrgja *‘опікуватися чим’*, данґ. on-byrʒan to vouch for (поручатися за) [71, 63]. Ці значення можна пов’язати з основами численних *Березівок* і *Березанню*. Тоді пояснимий і зневажливий суфікс -ань. (З іншого боку, не виключений зв’язок і з авест. bareg- ‘приймати до себе’, согд. *ambarz- (‘mβrz-) ‘прийом’ [1, I, 137].)

Можливий прототип до укр. [*щадрий*], [*щадрак*], *Щадрий вечір*, якщо їх трактувати як проникнення (за В.Мартиновим), – це днор. skattr ‘податок’ [65, 309; 71, 336]. Тоді укр. *бедрик* можна співвіднести з **бѣдрънꙋ вꙗздание** '**πλουσίαν τὴν ἀνταπόδοσιν**' тобто «**багата** зворотна віддача» [78, т. I1, 70]. Витоки слова **БѢДРЪНЪ** ‘багатий, щедрий’

не досліджені. На нашу думку, в нього могло існувати і східне джерело – перс. بدره bädre ‘гаманець, калитка’ з ар. بدرة, badrat (в Україні є ур. *БЕДРАТове* Пл). За свідченням К.Войціцого (1830 р.), щедрування в українських селах відбувалося на Святвечір – він же «***Багатий** вечір*» (званий деінде «***багата** кутя*»). Отже, у давнині не виключений синонім *Бедрънъ вечеръ, відомий і як *Щадрий вечір* [9, VI, 502] з імовірним прототипом сканд. skattr ‘податок’. Ці синоніми мали повторюватися: “Щадрий вечір – *бедрний вечір”, – як у приспіві до щедрівок (не до колядок). Згодом *бедрний* вирівняло за аналогією звукову форму *щадрий* на *щедрий*, а само було далі забуте і замінене словом *добрий* (можливо, з метатези б-д/ д-б: бе͡др-/ до͡бр-): «Щедрий вечір, добрий вечір». За аналогією до «Щедрий вечір» *> *щедрик* могло сформуватися «*бедрний вечір» > *бедрик*.

За свідченням М.Лєскова, нащадки козаків вважали святого Саву своїм святим [19, VI, 202]: “На дворі в нас Варварин день, а то дуже небезпечно, – бо тут коло Варвари враз близько Микола живе, а Микола і є найперший москаль, і він нам, козакам ні в чому не допомагає, а все на московську руку тягне. Що́ там де не станеться, хоч і наша правда, – а він піде, так-сяк перед Богом наговорить, і все на московську руку зробить, і своїх москалів викрутить і вибілить, а козацтво скривдить. Боронь Боже нам і дітей у його ім’я називати. А ось тут же поруч з ним живе святий Савка. *Цей з козаків* і до нас дуже добрий. Який він там не є, хоч і не важливий, а *свого козака не видасть*». Я кажу: «Се так, та маломочний він, святий Савка!» А Дукач каже: «Дарма що маломочний, зате він дуже штуковатий; де його сила не візьме, то на хитрість піде і якось та відборонить козака. А ми йому в силі самі поміч дамо, станемо свічки ставити й молебень заспіваємо: Бог побачить, що і святого Савку люди добрі шанують, і сам на його увагу зверне, а він тоді й підсилиться»” [19, VI, 202] (пор. *САВИНці* 7 назв). Виходить, з певних причин у XIX ст. козаки на Житомирщині вважали «Савку своїм», а «Миколу москалем». Що більше, прямо вказано, що св. Сава *з козаків*, при тому, що за історією він насправді «з ґотів» [2, 155-157].

З того ж минулого імена козаків *Мухи* (mycha меч), *Остряниці*, *Гонти*, *Трясила, Полуботка* (**Gastre** [Wistr]; **Gonta** [Gunthi]; **Trasilli** [Thras- + hildi] “запальний; герой битви”; **Falbatus** [Fald + hathu] [52])/ ful- + badu битва; с. МУХуВАТа Вн, -е См, ОСТРЕНЬКе Хк, ГОНТів Яр Хк, ТРЯСне Хк, ЗубоТРЯСівка Дп, ПОЛУБОТки Чг.

Генетично розмаїте козацтво об’єднала українська мова – таким є висновок з розглянутої проблеми асиміляції військової верстви. Частина назв козацьких реалій за походженням **питомі** (*обозний, оселедець, пернач, писар, потебня, сотник, суддя, старшина, тростина*); інші реалії мають **західні** мовні витоки (*бандура, башта, булава, бутинок, гамарня, гармата, гасло, герць, гетьман, дукат, дума, клейнод, козак, кунтуш, лицар, полковник, прапор, рада, скарбниця, хоругва/ корогва, шляхта, шпиталь*...); не менша кількість ще інших реалій мають **східні** мовні витоки (*атаман, байдак, бунчук, ґалаґан, гиря, джура, жупан, каганець, келеп, кіш, кобзар, козак, козарлюга, курінь, люлька, осавул, очкур, сагайдак, сурма, товариш, товмач, тютюн, чайка, шабля, шаровари, шлях*...).

9. Процес ***асиміляції половців разом з давнішими етнічними вкрапленнями –*** важливий об’єднавчий чинник у формуванні українців; це не просто абсорбція, не звичайне уподібнення «готовому», наявному історичному цілому, – адже від нього й само́ те ціле дістає шанс оновлюватися і ставати повнішим. «Асимілювати те, що ми

вивчаємо – це засвоювати його, робити його своїм, інтеґрувати набуті елементи (знання, впливи) до свого інтелектуального життя» [73, I, 103]. Справді, і половці, і кельти, і ґоти не тільки “розчинилися в наших предках»: вони дали їм змогу засвоїти свої *впливи* – чим *вплинули* й на нас.

ЛІТЕРАТУРА

1. *Абаев В.И.* Историко-этимологический словарь осетинского языка: В 5 т. / В. Абаев – М.-Ленинград, 1958–1995;
2. *Вольфрам Х.* Готы. От истоков до середины VI века. Опыт исторической этнографии / Х. Вольфрам. – СПб., 2003;
3. *Гамченко С.С.* Археологические изыскания 1913 г. в Подолье. Районы Савранский, Данило-Балкский и Завалье-Могилянский / С. Гамченко. – Рукопис. арх. ИА АН УССР; цитовано у: *Сымонович Э.А., Кравченко Н.М.* Погребальные обряды племен черняховской культуры / Э.А. Сымонович, Н.М. Кравченко // Археология СССР. САИ. – М., 1983. – С. 122;
4. *Гаучас П.* К вопросу о восточных и южных границах литовской этнической территории в Средневековье / П. Гаучас // Балто-славянские исследования. 1986. – М., 1988. – С. 195-215 і карти 1, 2 на вклейці;
5. *Голобуцкий В.А.* Запорожское казачество / В.А.. Голобуцкий. – К., 1957;
6. *Голобуцький* В. Запорозьке козацтво / В. Голобуцький. – К., 1994;
7. *Дей О.* Величальні пісні українського народу / О. Дей // Колядки та щедрівка. Зимова обрядова поезія трудового року. – К., 1965. – С. 9-40;
8. ЕСЛН – Етимологічний словник літописних географічних назв Південної Русі / Відп. ред. О.С. Стрижак. – К., 1985;
9. Етимологічний словник української мови: В 7 т. – К., 1982–2012...;
10. Енциклопедія українознавства: В 11 т. – Київ–Львів, 1993–2003;
11. Енциклопедія українознавства. Загальна частина: В 3 т. – К.,1994-1995;
12. *Желехівський Є., Недільський С.* Малоруско-німецький словар / Є. Желехівський, С. Недільський. – Т. 2. – Львів, 1886;
13. *Жовтобрюх М.А.* та ін. Історична граматика української мови / М.А. Жовтобрюх. – К., 1980;
14. *Казакевич Г.* Кельти: традиційна культура та соціальні інститути / Г. Казакевич. – К., 2006;
15. *Казакевич Г.* Східні кельти: культура, ідентичність, історіографічні конструкції / Г. Казакевич. – К.-Вінниця, 2015;
16. *Клепатский П.Г.* Очерки по истории Киевской земли. Т. 1. Литовский период / П. Клепатский. – Одесса, 1912;
17. Кельтская мифология. Энциклопедия. – М., 2002;
18. Лексіка Палесся ў прасторы і часе. – Мінск, 1971;
19. *Лесков Н.С.* Собрание сочинений: В 11 т. / Н.С. Лесков. – Т. VI. – М., 1957;
20. Літопис руський. – К., 1989;
21. *Марциал.* Эпиграммы / Марциал. – М., 1968 ;
22. *Мачинский А.Д.* Кельты на землях к востоку от Карпат / А.Д. Мачинский // Кельты и кельтские языки. – М., 1974;
23. *Мельниковская О.Н.* Племена Южной Белоруссии в раннем железном веке / О.Н. Мельниковская. – М., 1967;
24. *Мудра И., Петр Я.* Учебник верхнелужицкого языка / И. Мудра, Я. Петр. – Bautzen, 1983;
25. *Пріцак О.* Печеніги / О. Пріцак // Український історик. Журнал укр. істор. товариства. №1-2 (25-27). – Нью-Йорк–Мюнхен, 1970;

26. *Рахно М.Ю*. Слов'янсько-скандинавські відповідності епічних текстів (лексика, семантика, стилістика) / М.Ю. Рахно. – Дис... канд. філол. н. – К., 2014 (А – автореферат дисертації);
27. *Рыбаков Б.А*. Древняя Русь. Сказания, былины, летописи / Б.А. Рыбаков. – М., 1963;
28. Словник гідронімів України. – К., 1979;
29. Словник староукраїнської мови: У 2 т. – К., 1977;
30. Сравнительный словарь тунгусо-маньчжурских языков. Материалы к этимологическому словарю: В 2 т. – Л-д, 1975;
31. *Страбон*. География / Страбон. – М., 2004;
32. *Тимченко Є*. Матеріали до Словника писемної та книжної української мови XV–XVIII ст.: У 2 кн. / Є. Тимченко. – Київ–Нью-Йорк, 2003;
33. *Тищенко К.М.* Гени, мова, Україна / К.М. Тищенко // Український тиждень. № 16 (233). 20–26 квітня 2012 р. – С. 28–58. (Редакційна назва вкладки: «Правда про походження українців»);
34. *Тищенко К.М.* Етномовна історія прадавньої України / К.М. Тищенко. – К., 2008;
35. *Тищенко К.М*. Іншомовні топоніми України. Етимологічний словник-посібник / К.М. Тищенко. – Тернопіль, 2010;
36. *Тищенко К.М*. Ключі з Астурії від минулого України / К.М. Тищенко. – Київ-Дрогобич: Посвіт, 2015;
37. *Тищенко К.М*. Халіфат і сівера / К.М. Тищенко. – К., 2011. – 496 с.;
38. *Тищенко К.М., Казакевич Г.М.* Відродження кельто-слов'янської концепції О.Шахматова: нові факти мови й історії / К.М. Тищенко, Г.М. Казакевич // Вісник Львівського ун-ту. Серія філолог. Вип. 59. – Львів, 2013. – С. 143–153;
39. *Топоров В.Н*. Галинды в Западной Европе / В.Н. Топоров // Балто-славянские исследования 1982. – М., 1983. – С. 129–140;
40. *Трубачев О.Н*. Названия рек Правобережной Украины / О.Н. Трубачев. – М., 1968;
41. Украинские народные думы/ [Видання підготував Б.П.Кирдан]. – М., 1972;
42. Українське козацтво. Мала енциклопедія. – К.-Запоріжжя, 2002;
43. *Фасмер М*. Этимологический словарь русского языка: В 4 т. / М. Фасмер. – М., 1964-1973;
44. *Щукин М.Б*. Готский путь / М.Б. Щукин. – СПб., 2005;
45. Этимологический словарь славянских языков. – Вып. 6. – М., 1979; – Вып. 10. – М., 1983;
46. *Яворницький Д.* Історія запорозьких козаків: У 3 т. / Д. Яворницький. – К., 1990;
47. *Blažek V*. Celto-Slavic Parallels in Mythology and Sacral Lexicon / V. Blažek // Parallels between Cetic and Slavic. Proceedings of the First International Colloquium of Societas Celto-Slavica held at the University of Ulster, Coleraine, 19-21 June 2005. – Coleraine, 2006. – P. 75-85;
48. *Brunet M*. Qu'est-ce que l'assimilation? / M. Brunet // L'Action nationale. Ottawa, 1956, vol. xlv, no 5, p. 388-395;
49. *Buchmüller-Pfaff M*. Siedlungsnamen zwischen Spätantike und frühem Mittelalter / M. Buchmüller-Pfaff, 1990;
50. *Cortelazzo M., Zolli P.* Dizionario etimologico della lingua italiana: In 5 vol. / M. Cortelazzo, P. Zolli. – Bologna, 1979-1988;
51. *Cortesão A.A*. Onomástico Medieval Português / A.A. Cortesão // O Archeologo Português, VIII y sigs. – Lisboa, 1912;
52. *Cossue O.* (*Costa M.*). Antroponimia Altomedieval en Galicia / O. Cossue (M. Costa) (4ª Ed.), 2007. – E-version;
53. *Dauzat A.* Dictionnaire étymologique de la langue française / A. Dauzat. – Paris, 1938;
54. Encarta – Microsoft Encarta Premium 2009. Interactive World Atlas, E-product;
55. *Fraenkel E*. Litauisches Etymologisches Wörterbuch: In 3 Bd. / E. Fraenkel. – Heidelberg, 1962;
56. *Francovich Onesti N*. Latino e gotico nell'Italia del VI secolo / N. Francovich Onesti // Ipsam Nolam barbari vastaverunt. L'Italia e il Mediterraneo occidentale tra il V secolo e la meta del VI... – Cimitile, 2010. – P. 183-191;

57. *Gamillscheg E*. Germanismos / E. Gamillscheg // ELH, II. – Madrid, 1967;
58. *Golden P.B.* Introduction / P.B. Golden // Codex Cumanicus_Central Asian Monuments_Edited by H.B.Paskoy_CARRIE Books.htm;
59. Geiriadur Prifysgol Cymru. Cyf. 1– 4. – Caerdydd, 1967– 2002;
60. ISOU – Інтерактивна система ойконімів України. Е-продукт/ Укл. В.О.Гончаренко. – К., 2008;
61. *Kern A*. Der «Libellus de notitia Orbis»... / A. Kern // Archivum Fratrum Praedicatorum. Vol. VIII. 1938. pdf, узято з сайту https://ia601908.us.archive. org/30/items/LibeliusNottaOrbis/ LibeliusNottaOrbis. pdf;
62. *Kieffer J.D., Bianchi T.X*. Dictionnaire turc-français, à l'usage des agents diplomatiques et consulaires, des commerçants, des navigateurs, et autres voyageurs dans le Levant / J.D. Kieffer, T.X. Bianchi. – Tome 2. – P., 1837;
63. *Kluge F*. Etymologisches Wörterbuch der Deutschen Sprache / F. Kluge. – Berlin, NY, 1975 21;
64. *Kuun G*. Codex cumanicus bibliothecae ad templum Divi Marci Venetiarum / G. Kuun. – Budapest, 1880 (у Вікіпедії тепер є pdf і цієї книги, і оригіналу);
65. *Lehman W.P.* A Gothic Etymological Dictionary / W.P. Lehman. – Leiden 1986;
66. *Lyberis A*. Lietuvių-rusų kalbų žodynas / A. Lyberis. – Vilnius, 1971;
67. *Malaguzzi S.* Food and feasting in art / S. Malaguzzi: Getty Publ., 2008;
68. McBain – Mac Bain A. An Etymological Dictionary of the Gaelic Language / A. MacBain. – Glasgow, 1982. (Digital version, 1990);
69. *Nyrop K*. Grammaire historique de la langue française / K. Nyrop. – Copenhague, 1899;
70. Hornjoserbsko-němsce, němsko-hornjoserbsce/ Obersorbisch-deutsch, Deutsch-obersorbisch. – Bautzen, 1966;
71. *Orel V*. A Handbook of Germanic Etymology / V. Orel. – Brill, 2003;
72. *Raynouard F*. Lexique roman ou Dictionnaire de la langue des troubadours, comparée avec les autres langues de l'Europe latine... / F. Raynouard. – Vol. 2. – P., 1836 (e-book Google);
73. Robert – Le petit Robert. Dictionnaire encyclopédique de la langue française: En 2 vols. – Paris, 1980–1989;
74. *Schachmatov A*. Zu den ältesten slavisch-keltischen Beziehungen / A. Schachmatov // Archiv für slavische Philologie, begründet von V. Jagič. Bd. XXXIII. – Berlin, 1912. – S. 51-60;
75. [*Schiltberger J.*] The Bondage and Travels of Johann Schiltberger... 1396-1427 / J. Schiltberger. – London, 1879;
76. *Schuster-Šewc H*. Historisch-etymologisches Wörterbuch der ober- und niedersorbischen Sprache / H. Schuster-Šewc. – Bautzen, 1978–1989;
77. Slownik grecko-polski/ Pod red. Z.Abramowiczówny: W 4 t. – Warszawa, 1958-1965;
78. Slovník jazyka staroslověnského, I. – Praha, 1959;
79. Słownik polszczyzny XVI wieku. Tom II. – Wrocław–Warszawa–Kraków, 1967;
80. *Stalmaszczyk P., Witczak K.T*. Celto-Slavic language connections: New evidence for Celtic lexical influence upon Proto-Slavic / P. Stalmaszczyk, K.T. Witczak // Linguistica Baltica, 4 (1995). – PP. 225-232;
81. ua.wikipedia/ Деревляни;
82. *Vasiliev A.A.* The Goths in the Crimea / A.A. Vasiliev. – Cambridge Mass., 1936;
83. *Woycicki K.W*. Przyslowia narodowe / K.W. Woycicki. – Warszawa, 1830;
84. *Wright J*. Grammar of the Gothic Language / J. Wright. – Oxford, 1966.

Стаття надійшла до редакції 14.10.2015 р.

Тищенко К.Н., д.филол.н., проф.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

ПОЛОВЕЦКАЯ СРЕДА КАК ПЕРЕДАТЧИК БОЛЕЕ ДРЕВНИХ ЭТНИЧЕСКИХ ВЛИЯНИЙ

Статья продолжает публикации автора 2011-2015 гг. Половецкий пласт топонимов раскрывает ранее неизвестные пути влияния более древних этноменшинств на формирование украинцев.

Ключевые слова: *топонимия, половцы, более древние этноменшинства, этногенез.*

Tyschenko K., Doctor of Philol.Sci., Professor
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

THE "PAX CUMANICA" AS A TRANSLATOR OF THE OLDER ETHNIC INFLUENCES

The article continues the author's publications of 2011-2015. The Coman toponymics reveals the hidden ways of the influence of the older ethnic minorities on the formation of the Ukrainians.

Keywords: *toponymics, Comans, older minorities, ethnogenesis.*

УДК 811.111'42

Фролова І. Є., к.філол.н., доц.,
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

КОНФРОНТАЦІЙНІ ФАТИЧНІ МЕТАКОМУНІКАТИВИ В АНГЛОМОВНОМУ ДИСКУРСІ

Статтю присвячено аналізу та систематизації фатичних метакомунікативів, які виступають носіями конфронтаційних смислів в англомовному дискурсі. Виявлено характеристики конфронтаційних фатичних метакомунікативів уключеного типу, з'ясовано особливості їхньої участі у встановленні / підтриманні / розмиканні мовленнєвого контакту. Доведено, що конфронтаційні фатичні метакомунікативи автономного типу формують фатичний мовленнєвий жанр – «лайка».

Ключові слова*: англомовний дискурс, конфронтаційні фатичні метакомунікативи, включений тип, автономний тип, мовленнєвий контакт, мовленнєвий жанр.*

У сучасному інформаційному суспільстві невпинно зростає роль комунікацій, котрі являють собою інтегральні феномени, що, зокрема, знаходить свій прояв у поєднанні інформативної та фатичної складових. У термінах дискурсології ці складові тлумачаться не лише як мовленнєві функції висловлень, а передовсім як підґрунтя побудови соціально значущих смислів, які регулюють свідомість і поведінку індивідів. Це визначає актуальність аналізу тих фатичних метакомунікативів, які призначені для конструювання конфронтаційних смислів в англомовному дискурсі.

Увага до фатики в сучасних лінгвістичних дослідженнях виникає в межах функціонального підходу, де вперше вводиться поняття «*фатичної комунікації*» ("*phatic communication*"), що позначає діалогічне спілкування, в якому не відбувається обмін суттєвою інформацією [20, с. 154–152]. Прагнення до такого спілкування виникає в людини в дитячому віці, набагато раніше ніж формується здібність передавати й приймати інформативні повідомлення [19, с. 154–152]. На цій підставі в системі функцій мови виокремлюється фатична функція, яка призначена для встановлення / підтримання мовленнєвого контакту та перевірки каналу зв'язку [19], а також для підтримання уваги адресата на належному рівні й розмикання мовленнєвого контакту [10].

Нового поштовху розвідки в цій царині отримують в термінах лінгвістики тексту, лінгвістичної прагматики та її відгалуження – теорії мовленнєвих актів. Як результат, формуються поняття «метатекста», «метакомунікації», «фатичної метакомунікації» [2; 7; 9 та ін.] на позначення текстових елементів, що мають супутній, коментуючий характер та представлені метатекстовими операторами. Також обґрунтовується наявність специфічних – метамовленнєвих – актів [6], або фатичних метакомунікативів [18] чи контактивів [13], призначенням яких є привертання або концентрація уваги співрозмовника [16, с. 15]; передавання не суттєвої, важливої інформації, а сприяння передаванню такої інформації шляхом установлення, пролонгування, розмикання мовленнєвого контакту [17]

Крім того, жанрологічний підхід дозволив виявити наявність фатичних мовленнєвих жанрів [1; 4 та ін.].

Проте, незалежно від обраного дослідниками лінгвістичного підходу, фактично в усіх згаданих працях стверджується, що фатична метакомунікація спрямована на досягнення однієї позамовленнєвої мети – демонстрацію позитивного ставлення до співрозмовника.

У цьому зв'язку постає питання про те, яким чином організується мовленнєвий контакт у ситуаціях, де взаємодія комунікантів не націлена на утворення / підтримання гармонійних міжособистісних стосунків. Потреба розв'язання цього проблемного питання зумовлена тим, що розвідки у сфері конфліктного / конфронтаційного спілкування засвідчують, що порушення міжособистісної гармонії в комунікації не завжди й не обов'язково перешкоджає установленню та розвитку мовленнєвого контакту (див., напр.. [12]); фатичний вербальний контакт визнається одним із функціональних типів [15, с. 201–206]; дослідження регулятивного потенціалу стратегії конфронтації в англомовному дискурсі засвідчило наявність таких конфліктогенних вербальних проявів, як (1) атипові контактиви; (2) тематично порожні дискурсивні фрагменти [14]. Це зумовлює нагальну потребу вивчення фатичних метакомунікативів у ситуаціях конфронтаційного спілкування.

Метою цієї статті є систематизація та класифікація конфліктогенних фатичних метакомунікантів в англомовному дискурсі.

Досягнення цієї мети потребує, в першу чергу, уточнення розуміння типів фатичних метакомунікантів та конфронтаційного дискурсу.

У попередній розвідці, як вже згадано, фатичні метакомунікативи потрапили в різні рубрики: вони розглядалися як беззмістовні фрагменти діалогічного тексту та як

мовленнєві акти контактиви [14]. У той самий час зосередження уваги на конфліктогенних фатичних метакомунікативах дозволяє об'єднати їх на засадах, запропонованих у праці Ю. В. Матюхіної, де виокремлено такі підтипи фатичного метадискурсу:

- уключений фатичний метадискурс, який супроводжує дискурс когнітивно-інформативного типу й реалізується мовленнєвими актами інхоактивного, процесного, фінітного прагмасемантичних різновидів, що функціонують, відповідно, у трансакціях установлення, продовження й розмикання мовленнєвого контакту;
- автономний фатичний метадискурс, який представлений мовленнєвою подією ритуалізованої форми – світською бесідою (small talk), котрій притаманні самоцінність, упорядкованість, перевага соціально-регулятивної інформації, тематична заданість, змагальність, ігровий і естетичний компоненти [8, с. 4–5].

Ця дослідницька позиція цілком кореспондує із вихідними положеннями нашого дослідження, зокрема із розумінням дискурсу як розумово-комунікативної діяльності індивіда, де пріоритет має діалог свідомостей, у результаті якого спільно вибудовується дискурсивний смисл, котрий безпосередньо регулює поведінку суб'єктів.

В англомовному конфронтаційному дискурсі (АКД) таким є смисл МИ ВОРОГИ, виникнення якого дисгармонізує міжособистісні стосунки комунікантів. Вербальне втілення цього (як і будь-якого іншого) дискурсивного смислу можливе як в одному фрагменті діалогу (фрагментарний АКД – висловлення-носій конфронтаційного смислу утворює мовленнєвий крок або його частину), так і в декількох фрагментах діалогу (дистантний АКД – висловлення-носії конфронтаційних смислів утворюють мовленнєві кроки, які не розташовані в лінійній послідовності; контактний АКД – висловлення-носії конфронтаційних смислів утворюють мовленнєві кроки, розташовані в лінійній послідовності). В останньому випадку, тобто за наявності контактного АКД, можлива збіжність між цілим діалогом і фрагментом АКД, у решті випадків такої збіжності не спостерігається, наприклад:

(1) *Kate was furious. "You are trying to get rid of me!"*

"Of course I'm not, darling" (Sheldon, Master of the Game).

У цьому прикладі має місце фрагментарний АКД: розлючена дівчина дорікає матері, її висловлення *"You are trying to get rid of me!"* є носієм конфронтаційного смислу: «Ти намагаєшся позбутися мене, отже, ти поводишся як ВОРОГ», проте мати, спростовуючи закиди, переконує доньку, що насправді її наміри та почуття не мають нічого спільного з ворожістю.

Приклади (2) і (3) ілюструють дистантний та контактний АКД відповідно:

(2) *«You interfering creeps! You had no right to do that. How dare you and your boring old fart of a father compromise me and my principles in that way?»*

«I thought you'd be pleased.»

«Pleased! I'm incandescent with rage. You know I'm a Friend of St. Edith's. You've compromised me, made it look as if it's an advantage over everyone else if you're a Friend. I don't know if I'll ever forgive you.» She turned away with an angry gesture and poured half a tumbler of gin to which she added a mere dash of tonic.

«Aunt Floss, I wouldn't do anything to upset you, you know that.» Kim was horrified. (Burgh, On Call).

(3) *A few moments later the door opened and the butler returned, accompanied by a tiny middle-aged man.*

«Would you mind telling me what the hell is going on her?»

«What business is it of yours?» Jennifer demanded.

«I'll tell you what business it is of mine,» he snapped.

«I'm William Carlisle and this happens to be my property.»

«In that case, Mr Carlisle,» Jennifer said. «I have something for you.» She reached in her pocket and put the summons in his hand (Sheldon, Rage of Angels).

Нелінійність зв'язків між фрагментом АКД та цілим діалогом спричиняється до того, що висловлення-носії конфронтаційних смислів можуть міститися лише в одній (чи двох) із фаз діалогічної взаємодії (установлення, продовження, розмикання мовленнєвого контакту). При цьому фатичні метакомунікативи набувають релевантності в аналізі АКД лише в разі їх спроможності виступати опорами конфронтаційних смислів.

Аналіз дискурсивних реалізацій засвідчив, що ***фатичні метакомунікативи включеного типу*** в АКД доцільно об'єднати в дві групи.

До *першої групи* належать ті, що функціонують на стадії установлення та розмикання мовленнєвого контакту. Специфіка цих конфронтаційних фатичних метакомунікативів проявляється в їхній невідповідності мовленнєвим стереотипам або ж у їх цілковитій відсутності.

Приміром, у наступному фрагменті адвокат починає розмову, навіть не повідомляючи адресатові, хто йому телефонує, а коли той сам не може цього збагнути й в образливій формі запитує, хто телефонує, жінка обмежується тим, що називає своє ім'я та прізвище, ігноруючи привітання та вибачення, які були б доречними з огляду на нічний час. Проте конфронтаційність фатичного метакомунікативу не заважає подальшому розвитку мовленнєвого контакту, оскільки слідчий розуміє, що неповага до нього спричинена на особистою неприязню, а прагненням адвоката з'ясувати істину в дуже складній справі. Отже, конфронтація в цьому діалозі обмежується стадією установлення контакту:

(4) *«There's nothing in the transcripts about the doctors,» Jennifer said into the telephone. «Did you look into the possibility of malpractice?»*

A groggy voice said, «Who the fuck is this?"

"Jennifer Parker. Did you – "

"For Christ's sake! It's – it's four o'clock in the morning! Don't you have a watch?"

"This is important. The hospital wasn't named in the snit <…>"

"I talked to the heads of neurology and orthopedics at the hospital that took care of her" (Sheldon, Rage of Angels).

Натомість відсутність фатичного метакомунікативу в наступному фрагменті, підкріплена позавербальними діями, є не лише проявом конфронтації, а й свідченням небажання спілкуватися, унаслідок чого мовленнєвий контакт не встановлюється:

(5) *"Good morning, Miss Brodie. Good morning, sit down, girls" said the headmistress who had entered in a hurry, leaving the door wide open.*

Miss Brodie passed behind her with her head up, and shut the door with the utmost meaning (Spark, The Prime of Miss Jean Brodie).

Аналогічною є й фаза розмикання мовленнєвого контакту в АКД, де конфронтаційні фатичні метакомунікативи імпліцитно (приклад 6) або експліцитно (приклад 7) виражають негативне ставлення до співрозмовника й водночас небажання продовжувати мовленнєвий контакт:

(6) *"I thought you could recommend to me more reading material," Jaya said.*

"I can recommend an entire library," Edward said. "It's only a hundred yards away." He pointed in the general direction of the Countway Medical Library. "There comes a time in everybody's life when they have to cut the umbilical cord. Do a little work on your own!"

Jaya lowered his head and silently exited (Cook, Acceptable Risk).

(7) *«I know from what Jen's said the sort of thing you bring to work for your dinner. Poor picking, that. An' averyone knows what your mother's like. She thinks the sun shines out of your Jack's backside. I bet it all goes to him, the good food. Does he know how little she gives the rest of you?»*

«It's none of your business. Leave me alone!» she pushed past him (Jacobs, Calico Road).

У інших фрагментах АКД конфронтаційне розмикання мовленнєвого контакту відбувається за відсутності фатичних метакомунікативів та наявності позавербальних дій, які сигналізують вороже ставлення до співрозмовника й припинення мовленнєвого контакту, наприклад:

(8)*"This uncooperative attitude is not doing you any good," he said and slammed the door behind him* **(Pratchett, Reaper Man).**

До *другої групи* конфронтаційних фатичних метакомунікативів належать ті, що функціонують на стадії розвитку мовленнєвого контакту. Вони представлені однотипними висловленнями, котрі слугують вираженню небажання одного з комунікантів підтримувати мовленнєвий контакт, наприклад:

(9) Melanie Kramer: *I'm not talking to you*!

Benson: *Melanie, I know that you think that I want to hurt you and your family, but that is not true.*

Melanie Kramer: Just go away*!*

Benson: *Melanie, do you know what happened the night that you came to the hospital?*

Melanie Kramer: *I'm not listening*!

Benson: *Something terrible. Abraham is a liar. He killed your little brother* (Law and Order, Charisma).

Відмінність цих конфронтаційних фатичних метакомунікативів від тих, що функціонують на стадіях установлення / розмикання мовленнєвого контакту в тому, що формально вони не переривають спілкування, а фактично позбавляють його будь-якого сенсу, оскільки кожен комунікант говорить про своє, не звертаючи уваги на іншого.

Інші конфронтаційні фатичні метакомунікативи, вживані на цій стадії мовленнєвого контакту, спрямовані на перехоплення комунікативної ініціативи, шляхом несанкціонованої зміни комунікативних ролей та грубого спонукання співрозмовника до припинення мовлення, наприклад:

(10) *"Jack, listen. Don't do it," I said. "We can work something –"*

"Shut up!" Jack yelled.

I immediate by stopped talking.

"I'm tired of your bull, my friend," Jack said (Patterson, Step on a Crack).

Таким чином, конфронтаційні фатичні метакомунікативи не лише характеризуються дискурсивним смислом, протилежним тому, що притаманний стереотипним засобам установлення / підтримання / розмикання мовленнєвого контакту, але й можуть перешкоджати розвитку цього контакту. Разом із тим, у дистантному АКД, де один з комунікантів вдається до конфронтації, а інший, хоча й конструює в своїй свідомості цей смисл, не бажає дисгармонізувати взаємини із співрозмовником, діалог, що містить конфронтаційні фатичні метакомунікативи, може охоплювати усі три фази та бути доволі тривалим.

Приміром діалог, фрагменти якого подано нижче, загалом охоплює тридцять два кроки, деякі з яких мають значну довжину. При цьому один з комунікантів увесь час демонструє недружність і небажання спілкуватися, але інший не зважає на це та намагається нав'язати свою лінію поведінки:

(11) *Lucy knocked on the door.*

"Who?" said a voice after a considerable pause. <…>

"Lucy."

"What?"

"I want to talk. Can I come in?"

Nothing. Lucy pulled back the door and entered. <…>

"What are you doing?" she asked to break the silence.

"What does it look like?"

"You're fixing your can crusher."

"Yeah, and if you knew this, why did you ask?"

"I was making conversation. I was being social."

"Uh, man's living in a place like this, what makes you think he wants to bullshit with people? Go home!"

"I'm concerned about you."

"Not my problem. Go away!"

"You're feeling better, I guess."

"Hey, look. I was flat on my back last month, you brought me juice and aspirin, you walked Maggie. <…> I don't need your soup. You want for the aspirin and the juice? Take some cans. You want money. Here!" He pulled a few greasy bills out of a pocket and flung them at her.

<…>

"If you're going to leave here, I wish you'd tell Real Ali where you're going. And I left you my number. Call me if you need anything."

"I need you to get lost." (Tannenbaum, Enemy Within)

Адресантом підкреслених у цих фрагментах діалогу висловлень є чоловік, який потрапив у скрутні життєві обставини. Це спричиняє його негативний емоційно-психологічний стан, який тягне за собою «перенесену агресію» [3, с. 280], створення ворога із співрозмовника та відведення йому ролі «цапа-відбувайла» [5, с. 30].

Серед конфронтаційних вербальних проявів у цій мовленнєвій взаємодії наявні фатичні метакомунікативи: чоловік вживає атипові засоби установлення контексту

(*Who? What?*), залишає без відповіді питання Люсі (*Can I come in*?). Упродовж розвитку діалогу він неодноразово демонструє небажання підтримувати контакт: замість надати відповідь на питання, пропонує жінці самій відповісти; стверджує, що людина, котра живе в такому місці, не може мати бажання з кимось спілкуватися. Крім того, чоловік постійно намагається перервати мовленнєвий контакт, продукуючи висловлення *Go home! Go away!*, ображаючи співрозмовницю тим, що кидає їй гроші за надану допомогу. Так само й під час розмикання мовленнєвого контакту чоловік вживає конфронтаційний фатичний метакомунікатив (*I need you to get lost*). Люсі – співрозмовниця чоловіка – займається благодійною діяльністю, вона розуміє його стан, тому й не зважає на вияви конфронтації з його боку, а прагне досягти своїх цілей – заспокоїти чоловіка, висловити йому підтримку, продемонструвати готовність допомогти йому в подальшому.

Таким чином, вживання суб'єктом конфронтаційних фатичних метакомунікативів не обов'язково призводить до переривання мовленнєвого контакту, за умов, що один суб'єкт має бажання встановлювати / продовжувати цей контакт.

Фатичні метакомунікативи автономного типу в АКД подібні до фатичних мовленнєвих жанрів, таких як, наприклад, «світська бесіда», тим, що в них домінує соціально-регулятивна інформація [8, с. 7]. Але їхня відмінність полягає не лише у протилежній спрямованості регуляції (конструювання недружніх взаємин з іншим), а також у відсутності предметного змісту. Зокрема, для англомовної «світської бесіди» характерний певний набір топіків (спільні знайомі, новини, мораль і виховання, мистецтво, природа, захоплення [8, с. 7]), тоді як у конфронтаційних фатичних метакомунікативах автономного типу фактично неможливо встановити предмет розмови: комуніканти лише намагаються якомога сильніше образити один одного, тобто соціально-регулятивна інформація тут представлена в абсолютно високому ступені, а предметна інформація – в нульовому (або мінімальному).

При цьому ігрова компонента та змагальність, властиві «світській бесіді», так само характерні й для конфронтаційних фатичних метакомунікативів: метафора ГРИ належить до тих, що підтримують поняттєвий смисл CONFRONTATION у свідомості носіїв англійської мови [11]; що, зокрема, проявляється у вживанні фатичних метакомунікативів автономного типу: учасники спілкування змагаються в нанесені шкоди один одному, не переслідуючи жодних інших цілей.

Наприклад, у наступному фрагменті АКД чоловік принижує жінку, акцентуючи увагу на тому, що вона надає сексуальні послуги за гроші (висловлення чоловіка десемантизовані: його не цікавить вартість чи якість послуг Вів'єн, він насправді не має наміру ними скористатися); жінка у відповідь вдається до вербальної та фізичної конфронтації:

(12) STUCKEY: *A lousy whore and you're the gum in a hundred million dollar deal.*

VIVIAN (mocking): *Aw, come on, Bill. It's just business.* He looks at her a moment.

STUCKEY: *But what do I know, maybe you're worth it. Come on, show me.* He grabs her wrist.

VIVIAN: *Get out!*

STUCKEY: *Don't worry. I'll pay for it. What do you charge? Huh? Twenty, thirty, fifty bucks, maybe?*

VIVIAN: *Are you crazy? She bites his hand. But Stuckey is to strong. Vivian staggers back at the force of another slap* (Pretty Woman).

Таким чином, можна стверджувати про наявність такого жанру фатичної метакомунікації як «лайка», утвореного конфронтаційними фатичними метакомунікативами автономного типу. Цей жанр може кореспондувати із цілим діалогом чи його частиною, або ж в АКД можуть бути наявні окремі елементи цього жанру: експресиви негативної емоційності, спрямовані на адресата, що містять інвективи (приклади 13, 14) та погрози, де домінує експресивний компонент, а власне комісивний нівелюється, бо адресант несправді не має на меті виконувати ту небажану для адресата дію, зобов'язання до реалізації якої він експлікує (приклад 15):

(13) «*You! You creeping* ***monkey***!» (Mortimer, Felix in the Underworld)

(14) *«You* ***bastard****,» hissed Leamas, «you* ***lousy bastard****!»* (Le Carré, The Spy Who Came in From the Cold).

(15) *«I'll kill you!» she said. «I'll fucking kill you! I'll fucking kill you for this»* **(Crichton, Disclosure).**

Викладене дає підстави дійти таких висновків:

- конфронтаційні фатичні метакомунікативи є носіями соціально-регулятивної інформації специфічного – ненормативного – характеру;
- конфронтаційні фатичні метакомунікативи включеного типу спрямовані переважно не на сприяння, а на перешкоджання установленню / продовженню / розмиканню мовленнєвого контакту, що не обов'язково призводить до переривання діалогу;
- конфронтаційні фатичні метакомунікативи автономного типу формують жанр «лайки» (його елементи), який володіє усіма сутнісними характеристиками фатичного жанру й вирізняється з-поміж інших (1) специфічним (конфронтаційним) характером соціальної регуляції; (2) відсутністю предметного змісту.

Перспективою подальших досліджень є аналіз функціонування фатичних метакомунікативів у конфронтаційних ситуаціях різного типу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Арутюнова Н. Д. Функции языка / Н. Д. Арутюнова // Русский язык: Энциклопедия. – [2-е изд., перераб. и дополн.]. – М. : Дрофа, 1997. – С. 609–611.
2. Вежбицка А. Метатекст в тексте / А. Вежбицка // Новое в зарубежной лингвистике. – М. : Прогресс, 1978. – Вып. 8. – С. 402–421.
3. Гришина Н. В. Психология конфликта / Н. В. Гришина. – СПб.; М.; Х.; Минск : Питер, 2002. – 464 с.
4. Дементьев В. В. Фатические речевые жанры / В. В. Дементьев // Вопросы языкознания. – 1999. – № 1. – С. 37–55.
5. Джерелиевская М. А. Установки коммуникативного поведения: диагностика и прогноз в конкретных ситуациях / М. А. Джерелиевская. – М. : Смысл, 2000. – 191 с.
6. Карабан В. И. Сложные речевые единицы: прагматика английских асиндетических полипредикативных образований / В. И. Карабан. – К. : Вища шк., 1989. – 132 с.
7. Колегаева И. М. Текст как единица научной и художественной коммуникации / И. М. Колегаева. – Одесса : РИО обл. дир. по печати, 1991. – 121 с.

8. Матюхіна Ю. В. Розвиток системи фатичної метакомунікації в англійському дискурсі XVI–XX ст.: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови» / Ю. В. Матюхіна. – Харків, 2004. – 20 с.
9. Мороз С. Г. Метакомунікація у художньому метатексті / С. Г. Мороз // Записки з романо-германської філології. – Одеса : ОДУ, 2000. – Вип. 7. – С. 191–200.
10. Почепцов Г. Г. Фатическая метакоммуникация / Г. Г. Почепцов // Семантика и прагматика синтаксических единств. – Калинин : Изд-во Калинин. ун-та, 1981. – С. 52–59.
11. Рожкова О. Е. Метафорическое представление концептов «ВОЙНА» и «ТЕРРОРИЗМ» в политическом дискурсе / О. Е. Рожкова // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2008. – № 1. – С. 72–74.
12. Фадєєва О. В. Стратегії й тактики конфліктного дискурсу (на матеріалі сучасної англійської мови) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови» / О. В. Фадєєва. – К., 2000. – 18 с.
13. Формановская Н. И. Речевое взаимодействие: коммуникация и прагматика / Н. И. Формановская. – М. : ИКАР, 2007. – 480 с.
14. Фролова І. Є. Регулятивний потенціал стратегії конфронтації в англомовному дискурсі : дис. … доктора філол. наук : 10.02.04 / Ірина Євгенівна Фролова. – Харків, 2015. – 508 с.
15. Чайка Л. В. Вербальні конфлікти: комплексний лінгвістичний аналіз (на матеріалі англійської мови): [монографія] / Лариса Василівна Чайка. – Ірпінь: Вид-во НУДПСУ, 2014. – 272 с.
16. Чалтыкова А. А. Прагматическая характеристика метакоммуникативного высказывания в английской разговорной речи : автореф. дис. на соискание уч. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.04 «Германские языки» / А. А. Чалтыкова. – Л., 1987. – 16 с.
17. Чхетиани Т.Д. Лингвистические аспекты фатической метакоммуникации: автореф. дис. на соискание уч. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.04 «Германские языки» / Киев. гос. пед. ин-т иностр. яз. – К., 1987. – 24 с.
18. Шевченко И. С. Историческая динамика прагматики предложения: английское вопросительное предложение XVI – XX вв. : [монография] / И. С. Шевченко. – Харьков : Константа, 1998. – 168 с.
19. Якобсон Р.О. Лингвистика и поэтика / Р. О. Якобсон // Структурализм: “за” и “против”. – М. : Прогресс, 1975. – С. 193–230.
20. Malinowski B. Phatic communion // Communication in face-to-face interaction / B. Malinowski. – Harmondsworth. – 1972. – P. 146–152.

Стаття надійшла до редакції 14.10.2015 р.

Фролова И. Е., к. филол. н., доц.,
Харьковский национальный университет им. В. Каразина, г. Харьков

КОНФРОНТАЦИОННЫЕ ФАТИЧЕСКИЕ МЕТАКОМУНИКАТИВЫ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ДИСКУРСЕ

Статья посвящена анализу и систематизации фатических метакоммуникативов, которые выступают носителями конфронтационных смыслов в англоязычном дискурсе. Выявлены характеристики конфронтационных фатических метакоммуникативов включенного типа, установлены особенности их участия в установлении / поддерживании / размыкании речевого контакта. Доказано, что конфронтационные фатические метакоммуникативы автономного типа формируют фатический речевой жанр – «ругань».

Ключевые слова*: англоязычный дискурс, конфронтационные фатические метакоммуникативы, включенный тип, автономный тип, речевой контакт, речевой жанр.*

Frolova I.Ye., Cand.Phil.Sci., Associate Professor
V. N. Karazin Kharkiv National University, Kharkiv

CONFRONTATIONAL PHATIC METACOMMUNICATIVES IN ENGLISH-LANGUAGE DISCOURSE.

The article aims at analyzing and systemizing the phatic metacommunicatives which bear confrontational senses in English-language discourse. The characteristic features of confrontational phatic metacommunicatives of inclusive type are determined, their part in establishing / maintaining / breaking a speech contact is revealed. The ability of confrontational phatic metacommunicatives of autonomous type to form the phatic speech genre of "swearing" is proved.

Keywords: *English-language discourse, confrontational phatic metacommunicatives, inclusive type, autonomous type, speech contact, speech genre.*

УДК 80 (477)-027

Черненко Г.А., к.філол.н., н.с.,
Інститут філології КНУ імені Т.Шевченка, м. Київ

НОВІ НАПРЯМКИ ТА ДЕЯКІ ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ НА ЗЛАМІ XX-XXI СТОЛІТЬ

Автор аналізує тенденції розвитку сучасної української філології, які обумовлені: спрямованістю світової гуманітарної думки на вихід із кризи, виниклої в епоху техніцизму; необхідністю подолати наслідки тривалої ізоляції від світового інтелектуального простору; особливостями історичної та сучасної суспільно-політичної ситуації в Україні (колоніальна залежність, лінгвоцид, тоталітарна спадщина).

Ключові слова: *українська філологія, тенденції розвитку філології, гуманітарна криза, інтелектуальна ізоляція.*

За визнанням низки провідних учених, гуманітарна наука сьогодні переживає певного роду кризу, яку, однак, можна сприймати і як виклик – поштовх до підсумків та переосмислення (див. праці, автори яких узагальнюють та аналізують зміни в мовознавчій науці, що відбулися на зламі тисячоліть [Селіванова 1999], [Університетська україністика 2013] та ін.).

Так, у 2009 р., виступаючи на IV Міжнародній конференції «Російська мова: система і функціонування» (Мінський державний університет, Білорусь) проф. Н. Мечковська зауважила, що синхронна лінгвістика себе вичерпала і все, що їй залишається, – живитися ідеями суміжних дисциплін.

Про кризу у філології писав В. Алпатов, аналізуючи наукові праці російських лінгвістів 1990-2000 рр. у статті, красномовно названій «Про дві «дитячі хвороби» сучасної лінгвістики (мова, ідеологія, мовленнєві жанри)». Він зауважив високій ступінь узагальненості суджень, синонімічність термінів (відсутність чітких меж між

деякими з них), ігнорування фактологічною базою як основою і проміжною ланкою на шляху до висновків, несформованість методологічної бази сучасних напрямків мовознавства. Але пом'якшив критичні застороги, визнавши, що усі названі риси характерні для етапу становлення будь-якої парадигми знання, коли спосіб мислення, бачення предмета дослідження вже змінився, але методологія як стала й зрозуміла процедура ще не склалася і не є добре відпрацьованою: «Ми спостерігаємо становлення нової лінгвістичної парадигми (можливо, більше ніж однієї, час покаже). Проте будь-яка парадигма, що розвивається, проходить через період, коли не всі її риси визначилися, а методи ще не розроблені. Зараз це особливо помітно, оскільки різко ускладнився сам об'єкт аналізу» [Алпатов 2013, с. 9].

Такі заяви роблять не лише вчені пострадянського простору. Професор Ягелонського університету Р. Нич також вважає, що розвиток філології наштовхнувся на низку проблем в епоху техніцизму. Шлях подолання цієї кризи він бачить у зближенні з іншими науками – міждисциплінарних дослідженнях, які стають дедалі популярнішими й затребуваними [Нич 2015]. Його правоту підтверджують оголошення про конференції останніх років, велика частина яких має у своїй назві відповідне означення – «міждисциплінарна».

Хоча, слід визнати, ця ідея не нова. У 1981 році автори колективної монографії «Мова й ідеологія» писали, що «вивчення мовних явищ і процесів часто не може вичерпуватися лише лінгвістичними засобами і завершуватися в межах лише мовознавства. Нерідко мовознавчі проблеми переростають у філософські, ідеологічні, політичні. Це не лише спонукає самих мовознавців широко використовувати в своєму аналізі дані інших суспільних дисциплін, але й надає особливої актуальності міждисциплінарній координації дослідницьких програм» [Язык и идеология, с. 3]. Співзвучними цій заяві виглядають трохи пізніші міркування Н. Рябцевої, що вбачає суть науки у пошуках відповіді на питання, при цьому «ставити одна одній питання можуть і різні наукові дисципліни, тому вони здатні трансформуватися: зливатися, розщеплюватися, породжувати нові» [Рябцева 1989, с. 245].

Українська філологія давно й активно живиться ідеями й методиками психологічної (А. Засєкіна, О. Снитко, Н. Василенко та ін.), соціологічної (Б. Ажнюк, Г. Залізняк, Л. Масенко, О. Тараненко, В. Чемес та ін.), політологічної (М. Химинець) дисциплін. Надихається ідеями колоніальних та ґендерних студій (Т. Гундорова, Т. Дзядевич, С. Яковенко та ін. – в літературознавстві, Б. Ажнюк, А. Мартинюк, Т. Космеда та ін. – у мовознавстві). І те, що раніше могли таврувати категоричним «це не лінгвістика», на наступному етапі розвитку науки посідає належне місце серед об'єктів мовознавчого чи літературознавчого дослідження в межах таких галузей, як, наприклад, комунікативна лінгвістика (Ф. Бацевич, Л. Компанцева ін.), лінгвістика тексту (див. дослідження креолізованих текстів А. Бєлової, О. Снитко, Н. Слухай, О. Петриченко, К. Ковінько та ін.) тощо.

У свою чергу, відкриті для взаємодії з представниками інших наукових галузей, філологи отримують шанс донести свої здобутки до ширшої спільноти. Практичне застосування в цьому разі можуть знайти не лише результати прескриптивних праць: довідники з граматики, стилістики, методичні та навчальні посібники, лексикографічні

та енциклопедичні видання, необхідні перш за все для опанування іноземною чи українською мовою та вдосконалення навичок володіння нею (К. Волощак, О. Пономарів та ін.). Збагачена методологічно, розширивши коло своїх об'єктів – головно через специфікацію, філологія все активніше знаходить собі застосування у порівняно нових сферах, серед яких – мова ЗМІ, реклама й політична комунікація (Л. Кудрявцева, Л. Шевченко, І. Брага, І. Приходько, Д. Сизонов, Н. Сиромля, І. Філатенко, Г. Черненко та ін.).

З розвитком правової свідомості в українському суспільстві все більшого значення набуває юрислінгвістика (Ю. Прадід, Л. Шевченко та ін.) – галузь мовознавства, покликана бути теоретичним підґрунтям для лінгвістичної експертизи текстів, що використовуються в суді – як свідчення чи докази; для аналізу стенограм судових засідань. До компетенції юрислінгвістики входить також термінологічне впорядкування юридичної сфери науки; проблеми перекладу юридичних текстів, у тому числі – синхронного перекладу під час судових процесів.

Поряд із юридичною лінгвоекспертизою можна виокремити правову лінгвістичну експертизу – аналіз правових документів, що у фокус його уваги потрапляють усі мовні аспекти відповідних текстів: від орфографії та стилістики, логічної послідовності й несуперечності викладу (О. Сидоренко, В. Широков та ін.) до власне змісту, коли йдеться про правове врегулювання питань, що стосуються мовної політики (Б. Ажнюк, В. Радчук, Г. Черненко та ін.).

Поширення міждисциплінарних досліджень – не єдина світова тенденція, яка відбивається на розвитку української філології. І питання про те, які відкриття та напрацювання світової науки засвоюють у першу чергу, в чому унікальність їхніх проявів тут, в Україні, є одним із ключових, коли ми міркуємо про перспективи інкорпорації української науки у світовий науковий простір. У світлі цього примітною є, наприклад, збірка «Нові образи. Молодь переосмислює українську культурну парадигму», укладена М. Рубчак. Видання презентує праці українських учених-гуманітаріїв західній публіці як зразок «нового погляду» української науки на «жіноче питання», як приклад адаптації і пристосування до власних потреб методик, уже розвинених і застосованих на Заході або ж таких, що лише проходять стадію становлення [New Imaginaries 2015].

До останніх можна віднести біолінгвістику. В одному зі своїх інтерв'ю Ноем Чомськи (Хомський), відповідаючи на питання про найактуальніші напрямки світового мовознавства, сказав, що, на його думку, саме вона являє собою найперспективніший напрямок сучасної лінгвістики [Language and the Mind Revisited 2003]. Біолінгвістика зосереджує увагу на фізіологічних аспектах мовленнєвої діяльності – породженні й сприйнятті мовних знаків та текстових повідомлень, формуванні мовної компетенції, особливостях реагування на знаки власної та іноземної мов, впливі вивчення іноземних мов на функціонування мозку тощо.

Попри те, що дослідження названих і подібних проблем потребує серйозного технічного оснащення, серед українських науковців також є ті, чиї розвідки можуть стати основою для розвитку цієї галузі в Україні, наприклад представники української школи експериментальної фонетики (О. Бас-Кононенко, О. Зубань, Д. Тєрєв, Н. Тоцька та ін.). Українська наука має значну теоретичну базу для успішного

становлення біолінгвістики, адже разом з радянською спадщиною в цілому, вона сприйняла багатий доробок радянських психологів, які активно досліджували фізіологічний бік процесу мовлення (М. Жинкін, А. Леонтьєв, А. Лурія та ін.).

Ось уже півсторіччя на Заході і понад два десятиріччя на теренах пострадянського простору не втрачає свої актуальності когнітивна лінгвістика. В європейській та американській науці цей напрямок розвивався бурхливо і безперешкодно, з опертям на теорію прототипів Е. Рош, теорію концептуальної метафори Дж. Лакоффа, концепцію ментальних просторів Ж. Фоконьє і фреймів М. Мінського.

В Україні знайшли своє втілення більшість із названих напрямків когнітивістики (розробка когнітивної граматики, онома- та семасіології – С. Жаботинська, застосування теорії прототипів до аналізу семантики мовних одиниць та тексту – Слухай Н.В., аналіз концептуальних метафор – І. Філатенко та концептуального блендингу – Г. Черненко).

Слід визнати також, що на засвоєння ідей когнітивної лінгвістики суттєвий вплив справила в нас уже згадувана глибока психолінгвістична традиція, а також відлуння ідей про взаємозв'язок мови й мислення учених ще XIX сторіччя, у першу чергу О. Потебні. У теорії концепту С. Жаботинської та О. Селіванової, дослідженнях мовної свідомості Г. Яворської, П. Селігея, Н. Шумарової, мовної картини світу (В. Брицин, І. Голубовська, В. Кононенко, Т. Космеда, Г. Яворська), логічному аналізі мови В. Труба, Р. Трифонова, дослідженнях з використанням психолінгвістичного експерименту (О. Снитко та ін.) тощо чутно не лише результати засвоєння тієї парадигми знання, від якої ми були відірвані впродовж десятиріч через геополітичну ізоляцію, але й сумлінне та творче осмислення праць М. Максимовича, О. Леонтьєва, Т. Дрідзе, С. Сахарного та ін.

Позначаються на визначенні тем для досліджень і пошуки міжнародною спільнотою форм культурного співіснування, яке би поєднувало толерантність і прийняття Іншого з усіма його відмінностями, але давало би також можливість кожній мовнокультурній спільноті утверджувати власну індивідуальність. Ці виклики породжують потребу вивчати особливості міжкультурної комунікації, здійснювати порівняльні дослідження мовних картин світу, лінгвокультурологічні розвідки. З огляду на це, а також на усе ще актуальне для української культури завдання засвоїти надбання світової культури, з якою вона протягом тривалого часу була поєднана дуже опосередковано (фільтрами слугували у першу чергу переклади російською та цензура), нагальними й невідкладними є напрацювання українських перекладознавців з подальшим практичним втіленням їхніх теоретичних здобутків на практиці (І. Бондаренко, Р. Зорівчак, В. Карабан, Л. Коломієць, В. Радчук, О. Тетеріна та ін.).

Проблема наближення України до європейського простору, усвідомлення спорідненості українських та європейських цивілізаційно-культурних витоків, безумовно, є нагальною сьогодні. Проте варто зазначити, що сама західна гуманітаристика не лишається байдужою і до орієнтальних студій. Вони дозволяють неупереджено дослідити процеси культурної колонізації, а також, порівнюючи різні ціннісні системи Сходу та Заходу, рельєфніше виявити особливості однієї та іншої. Невипадковою в останні кілька десятиріч є велика популярність і поширення ідей вчених – вихідців із країн Сходу (Г. Бгабга, Е. Саїд, Ф. Фукуяма, Г. Співак та ін.).

Орієнтальні дослідження не втрачають своєї актуальності і для України (див., наприклад, наукові, методичні та лексикографічні праці І. Бондаренка, Т. Кандимова й С. Кандимової, В. Підвойного, Г. Халимоненка, І. Дриги та багатьох ін.). Історія нашої держави багата на епізоди, коли буття української нації було тісно сплетене зі східними етносами. Наша країна є батьківщиною для таких недержавних народів, як гагаузи та кримські татари, у зв'язку з чим вивчення й дослідження їхньої мови та культури набуває незаперечного значення.

Стимулює орієнтальні розвідки й активний міжуніверситетський обмін на рівні викладачів та студентів, зокрема з вищими навчальними закладами країн Близького та Далекого сходу: Кореї, Ірану, Кореї, Туніса та ін. Успішне навчання студентів із цих країн в Україні потребує розробки для носіїв відповідних мов диференційованих методик викладання мови української та російської (Н. Бондарєва, С. Дерба, З. Дудник, І. Прожогіна та ін.).

У контексті прагнень увійти до Євросоюзу для України був би дуже корисним досвід країн, що не належать до європейської спільноти, але мали досвід зближення з нею, у тому числі мовно-культурного (Південна Корея, Турція, Японія). Адже, коли подібні процеси активуються, перед філологами постають проблеми засвоєння надбань відмінної культури, перекладу відповідних текстів, перш за все англомовних, з одного боку, і прагнення протистояти мовно-інформаційній експансії, з іншого боку. Складовою такого протистояння є питання про прийнятність великої кількості запозичень і формування пуристичної позиції у відповідь на їхнє поширення [Ажнюк 2001], [Трифонов 2008].

Окрім англо-американської наукової традиції, значний внесок у розвиток світової гуманітарної думки зробила школа французької дискурсології, яка зазнала впливу філософської теорії деконструктивізму та провідних соціологічних трендів XX ст. І теорію дискурсу, і окремі його різновиди сьогодні активно досліджують українські мовознавці (див., наприклад, дослідження дискурсу наратора в художній прозі І. Бехти, художнього дискурсу – В. Бурбело, іноземномовної комунікації – К. Кусько та ін., міжнародно-правового дискурсу – Н. Кравченко, українського медичного – Н. Литвиненко, аналіз розмаїття дискурсивних стратегій – Т. Радзієвської та ін.).

Потрібно відзначити, що не всі українські мовознавці з готовністю приймають систему термінології, яка обслуговує нову дискурсологічну та концептологічну парадигму. П. Селігей [Селігей 2007] наводить досить вагомі аргументи на користь думки про те, що терміни «концепт» і «дискурс» є лише калькою відповідних англо- та франкомовних термінів. Уживають їх у тих значеннях, у яких завжди фігурували терміни «поняття» і «текст». На жаль, цю тезу важко заперечити, коли йдеться про велику кількість праць українських (і російських) мовознавців та літературознавців. Однак, варто пам'ятати, що будь-який термін не лише позначає певний об'єкт, але конденсує в своєму значенні певну наукову теорію. Тож протиставлення рядів *дискурс/концепт* і *текст/поняття* базоване не лише на походженні (запозичене – українське), але й на протиставленні членів однієї з ключових лінгвістичних антиномій: «внутрішня лінгвістика – зовнішня лінгвістика». Дослідження об'єкта із залученням даних позамовної реальності вирізняє по-справжньому дискурсологічні та концептологічні

розвідки. При цьому екстралінгвістичні дані мають слугувати не просто фоном, а забезпечувати експланаторність дослідження – пояснювати причини виникнення й особливості функціонування певних мовних явищ.

Проблема, яку активно розробляють науковці-гуманітарії на Заході, що є, на наш погляд, затребуваною в Україні, але поки що не привернула до себе належної уваги українських учених, – це проблема формування й відображення в мові ідеологічних настанов. Уповні проартикулювали її ще Мішель Фуко й Ролан Барт, пишучи про дискурс влади і владу дискурсу. Вона знайшла своє відображення у теоріях конструювання соціальної реальності, у деконструктивістському аналізі мовлення: від політичного до повсякденного. Конкретні втілення у мовознавчій практиці цих філософських та соціологічних напрацювань оформилися у критичну лінгвістику (Р. Водак, Т. Ван Дейк, В. Лабов та ін.), що її метою є виявлення й аналіз мовних механізмів формування оцінного ставлення до певних соціальних груп і явищ, бажаного для осіб, які конструюють дискурс. Критична лінгвістика, поряд із еколінгвістикою (Л. Солощук, О. Морозова та ін.), – чи не єдина мовознавча галузь, яка декларативно відмовляється від позаетичного статусу науки і ставить собі за мету сприяти розв'язанню саме морально-етичних проблем. В коло її інтересів входить, зокрема, питання впливу на свідомість реципієнта масмедійних повідомлень, розкриття принципів побудови ідеологічної мовно-концептуальної картини світу, вивчення та оприявлення мови ворожнечі (див. приклад такого аналізу в [Черненко 2014])., опис особливостей мови тоталітарного суспільства. І хоча українські лінгвісти активно висвітлюють різні аспекти мовного впливу на свідомість (Н. Слухай, Л. Компанцева, В. Петрик, М. Присяжнюк, А. Подшивайлова та ін.), мова ворожнечі, за поодинокими винятками, залишається переважно поза полем і суспільної, і наукової уваги.

Бурхливий розвиток низки інших галузей лінгвістики та літературознавства обумовлено не лише загальною орієнтацією на міждисциплінарні дослідження та актуальними напрямками зарубіжної філології, але й історичною і сучасною суспільно-політичною ситуацією в Україні, обтяженою колоніальною залежністю й тоталітаризмом.

Специфіку сучасного стану української гуманітарної науки на сьогодні визначають кілька тенденцій – взаємопов'язаних, але таких, з яких кожну у свій спосіб відбивають наукові розвідки різного спрямування.

У 1929 році, ще до того, як вчення Ф. де Соссюра набуло широкого розголосу, у праці «Марксизм та філософія мови» [Волошинов 2009] було сформульовано схоже, але більш загальне протиставлення. Історію гуманітарних ідей було розглянуто як динаміку відношень між двома науковими підходами: абстрактно-об'єктивним (французькі раціоналісти, граматика Пор-Рояль, російський формалізм тощо) та суб'єктивно-ідеалістичним (В. Гумбольдт, психологізм Х. Штейнталя, О. Потебні, теорія лінгвістичної відносності тощо). Гадаємо, що це протиставлення лишається актуальним і тепер. Щодо України, можна з упевненістю говорити про посилення тенденцій до суб'єктивно-ідеалістичного знання, яке виявляє себе в тяжінні до

антропоцентричності, увазі до узусу і процесів комунікації на противагу дослідженням сталої системи мови.

Не слід, однак, недооцінювати структуралістських, лексикографічних, діалектологічних та ін. розвідок, життєво важливих для розвитку мовознавства. Вони належать альтернативній парадигмі та є необхідними, аби вона не пішла в забуття і у свій час, оновленою, посіла провідну позицію.

Визначальним при виборі напрямку наукових досліджень у багатьох випадках є постколоніальний статус нашої країни. Він обумовлює, зокрема, необхідність по-новому осмислити минуле, у тому числі наукову спадщину України доби колонізації. Мова йде, перш за все, про ті її шари, які довгий час лишалися цензурованими. Перед українським літературознавством та мовознавством стоїть завдання висвітлити діяльність та творчість тих письменників, літературних критиків, наукових та громадських діячів, чиї імена або частина творчого доробку були приховані від широкого, а подеколи й наукового загалу через їхню несумісність з імперською політикою і авторитарним устроєм Росії та Радянського союзу (наприклад, діячі доби Розстріляного відродження, еміграції, дисиденти 1960-80-х тощо). Коли йдеться про відомі імена, ми стикаємося також із необхідністю перевірити достовірність доступної текстологічної бази (опубліковані тексти) з аутентичними-першотекстами – оригіналами, які ще не зазнали цензурних втручань. Актуальним лишається завдання розширити спектр інтерпретацій начебто знайомих текстів, розкриваючи в них ті мотиви, смисли, ознаки світових літературних течій, які протягом тривалого часу було редуковано заради ідеологічного узгодження творчості відомих авторів з пануючими ціннісними настановами (імперськими, комуністичними, авторитарними).

Звичайно, велику частину цієї праці вже здійснено (В. Моринець, М. Наєнко, Г. Семенюк, О. Романенко, Ю. Бедрик, С. Жадан, О. Гудзенко, П. Селігей, О. Пашко та багато ін.). Однак обсяги інформації про замовчуваних письменників, які отримав український науковець і читач протягом останніх двох декад, на жаль, не можна порівняти з масштабами, в яких відбувалося повернення репресованих імен і творів, наприклад, в російську культуру наприкінці XX- на початку XXI ст. Причиною цього почасти була загальна схильність евфемізувати, уникати проговорення колоніальної травми: чи то через певний політичний тиск в умовах неоколонізації, коли керманичі країни залишалися економічно й політично залежними від Російської Федерації; чи то через позицію примирення – з тією частиною населення, яка почувалася духовно спорідненою з культурою колишнього домініону. Свою роль, певно, відіграла й сформована впродовж сторіч віктимна самосвідомість колонізованого, яка культивує «німоту» субалтерна – підлеглого [Spivak 1988]. Тож усе ще актуальними лишаються текстологічні, архівні, історіографічні дослідження, а також застосування до інтерпретації вже відомих творів нових смислових парадигм – розробка колоніальних, ґендерних, генераційних (Г. Грабович, М. Павлишин, Т. Гундорова, С. Павличко, Н. Зборовська, Т. Дзядевич та ін.) тощо студій.

У центрі уваги мовознавців має бути також завдання усвідомити й подолати наслідки мовної колонізації, а саме примусової та маніпулятивної русифікації з тим, щоби розв'язати проблемну мовну ситуацію незбалансованого екзоглосного білінгвізму

гармонійно: так, щоби забезпечити всебічний функціональний розвиток державної української мови і задоволення культурно-освітніх потреб носіїв інших мов. Важливим із цієї точки зору є розквіт української соціолінгвістики, що охоплює дослідження мовної ситуації в самій Україні й вивчення іноземного досвіду вирішення мовних проблем (Б. Ажнюк, Л. Масенко, О. Тараненко, О. Ткаченко, Н. Трач, В. Чемес, Н. Шумарова та багато ін.). Важливим є відновлення історичної «мовної» пам'яті, що передбачає етимологічні (Г. Півторак, П. Селігей та ін.), історичні розвідки (К. Тищенко, С. Росовецький, Л. Гнатюк), а також зібрання та видання свідчень того, як відбувалося викривлення історії та лінгвоцид української мови на різних етапах її існування, як переслідували філологів-українознавців, цензурували словники та тексти з метою вилучення з них питомо української лексики на користь лексем або синонімічних російським, або навіть штучно запозичених (тобто інкорпорованих редактором в текст українського автора без урахування їхньої вживаності в мовленні українців); як викреслювали з обігу навіть окремі синтаксичні структури (наприклад, *що його* – у підрядному означення, *S залежить на O* в значенні *O є важливим для N* тощо), яких не було в російській мові. (див., наприклад, [Українська мова у XX сторіччі: історія лінгвоциду 2005]).

Відтак, після тривалого періоду утисків аж на рівні лексичної та граматичної систем, українська мова потребувала певної реабілітації, відновлення в усіх своїх функціях, причому з урахуванням інтелектуального оновлення, яке відбулося після повалення радянської системи цензури. Можливим і беззаперечно потрібним став і досі лишається опис, а подеколи й розробка таких лексико-фразеологічних страт української мови, як нелітературна, просторічна лексика, зокрема сленг (С. Пиркало, Л. Ставицька) і суржик (І. Брага, О. Тараненко, В. Труб та ін.), а також терміносистема (О. Гусєва, Л. Шевченко та ін.).

У тісному зв'язку з питаннями термінології знаходяться проблеми наукового мовлення як такого, у тому числі в його історичному аспекті. Це дозволяє простежити еволюцію когнітивних структур, які формують і відображають мовну свідомість, визначити актуальність одних, віджилість інших, значення обох в різні часи та епохи (Г. Наєнко, Л. Шевченко).

Із середини минулого сторіччя не втрачають свого значення розробки з комп'ютерної лінгвістики, у тому числі такі, в яких за мету ставлять конструювання штучного інтелекту, а також створення текстових корпусів. Говорити про існування корпусної лінгвістики в Україні стало можливим завдяки праці В. Широкова, Н. Дарчук та їхніх учнів.

Необхідним етапом самоусвідомлення українців, відродження їхньої національної пам'яті є вивчення національного менталітету – українського зокрема і слов'янського загалом. Традиція ця тягнеться ще з часів романтизму XX ст., в науці пов'язаного зі становленням історико-філологічної, етнографічної наукової школи, представниками якої є М. Максимович, М. Драгоманов, О. Потебня та ін. Багатий, зібраний попередниками матеріал отримує нове висвітлення як артефакт українського ментального світу, відбиток національної свідомості, що несе інформацію не лише про життя й звичаї народу, але й про його цінності, спосіб світосприйняття, дозволяє реконструювати мовну та концептуальну картину світу наших предків. Ці та подібні

проблеми розробляють науковці у вимірах: етнолінгвістичному (В. Жайворонок, О. Снитко, І. Кулініч), аксіологічному (В. Кононенко), порівняльному (І. Голубовська), міфопоетичному (Л. Кисельова, Н. Слухай, О. Петриченко, П. Поберьозкіна), лінгвофольклористичному (Н. Данилюк, Ю. Дядищева-Росовецька).

Сучасні реалії вимагають також перегляду й реконструкції радянських ідеологем, що довгий час панували в свідомості українців. Частину з них було законсервовано в лексико-фразеологічній системі, в системі топоніміки, частину – у вигляді поширених комунікативних стратегій (заклики, інвективи), частину – на рівні окремих граматико-синтаксичних особливостей побудови тексту (превалювання номінативних конструкцій, майбутнього часу тощо). Оприявленню таких ідеологем у науковому та освітньому мовленні, яке, безумовно, мало значний вплив на свідомість громадян, сприяють дослідження з історії мовознавства, зокрема ідеологічних його аспектів (І. Голубовська, С. Лучканин та ін.).

Безумовно, коротким оглядом в межах однієї статті неможливо охопити усі сфери української філології, назвати імена усіх тих, хто своїм ентузіазмом і професійністю живлять цю гілку вітчизняної гуманітарної науки. Слід також зазначити, що процеси, які відбуваються в українській філології, отримали би трішки інше висвітлення, якби ми розглядали їх не в термінах тенденцій, а в термінах наукових шкіл, згадуючи не лише імена відомих представників певного напрямку, але й відповідну тематику наукових праць їхніх учнів. Тоді би ми могли говорити про харківську школу когнітивної дискурсології (А. Мартинюк, Р. Трифонов та ін.), київську історико-філологічну (М. Карпенко, С. Росовецький, К. Тищенко тощо), міфопоетичну (Н. Слухай, О. Снитко, Л. Кисельова, П. Поберьозкіна, О. Петриченко та ін.), медіалінгвістичну (Л. Кудрявцева, Л. Шевченко та ін.) школи тощо.

Підсумовуючи, маємо сказати, що розвиток сучасного українського мовознавства та літературознавства обумовлено декількома специфічними рисами і світовими тенденціями розвитку гуманітарної думки, спрямованої на подолання кризи, виниклої в епоху техніцизму.

Основною такою тенденцією є розширення зв'язків із суміжними дисциплінами. Воно знаменує вихід за межі вузького, інтралінгвістичного підходу, який намітився ще у другій половині XX ст., але зараз стає все потужнішим, даючи змогу не лише відкривати нові сфери філологічних досліджень, але й – навпаки – відкривати лінгвістику та її досягнення для інших гуманітарних наук: соціології, психології, юриспруденції, філософії, історії.

Серед інших загальносвітових тенденцій гуманітаристики, що визначають напрямки філологічних досліджень в Україні: налагодження толерантної міжкультурної комунікації, відновлення історичної пам'яті, орієнтальні дослідження. Перспективними мовознавчими галузями, які можуть збагатити українську філологію, є біологічна, екологічна та критична лінгвістика. Не втрачає свого значення когнітивна та комунікативна лінгвістика, особливості розвитку якої на пострадянському просторі визначили глибокі традиції психолінгвістичної та історико-філологічної наукових шкіл.

Особливості суспільно-політичної ситуації в Україні обумовлюють актуальність джерелознавчих, архівних досліджень, а також досліджень з історії мови,

соціолінгвістики, політичної лінгвістики, термінознавства, лексикографії тощо. Відчутною є потреба в активізації розвідок, виконаних в руслі ґендерних, генераційних та колоніальних студій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ажнюк Б. М. Мовні зміни на тлі деколонізації та глобалізації / Б. М. Ажнюк // Мовознавство. – 2001. – № 3. – С. 48-54.
2. Алпатов В.М. О двух «детских болезнях» современной лингвистики (язык, идеология, речевые жанры) [Текст] / В. Алпатов // Общие проблемы теории речевых жанров.– 2013. – №9. – С. 9-15.
3. Волошинов. В. Н. Марксизм и философия языка / В.Н. Волошинов. – М. : Лабиринт, 2009. – 188 с.
4. Ришард Н. Інноваційна гуманітаристика: текст як лабораторія. Традиції, гіпотези, пропозиції [Текст] / Ришард Нич // Слово і час. – 2015. – № 3. – С. 41-55.
5. Н.К. Рябцева. Интеррогативность научного язика / Н. Рябцева // Логический анализ языка. Проблемы интенсиональных и прагматических контекстов. — М. : Наука, 1989. – С. 241-258.
6. Селіванова О.О. Актуальні напрями сучасної лінгвістики (аналітичний огляд) / О.О. Селіванова – К. : Фітосоціоцентр, 1999. – 148 с.
7. Селігей П.О. Сучасне термінотворення: симптоми та синдроми / П.О. Селігей // Мовознавство. – 2007. – № 3. – С. 48–61.
8. Трифонов Р. Іншомовна лексика в постколоніальній металінгвальній рефлексії / Р. А. Трифонов // Вісн. Харк. нац. ун-ту ім. В. Н. Каразіна. — 2008. — № 836. — Сер. : Філологія. — Вип. 54. — С. 33–37.
9. Українська мова у XX сторіччі: історія лінгвоциду / Лариса Масенко (ред.). – Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2005. – 399 с.
10. Університетська україністика в актуальних епістемах сучасного мовознавства / За ред. Л.І. Шевченко. – К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2013. – 343 с.
11. Черненко Г.А. Особливості дискурсивних форм геронтофобії в пострадянській Україні // Батьки і діти: генераційний фактор і можливості постколоніальних студій в літературах Центрально-Східної Європи і Балкан / Г.А. Черненко. – Київ : Лаурус, 2014. – Серія «Теоретичні ревізії». Вип. 4. – С. 192-205.
12. Язык и идеология. Критика идеалистических концепций функционирования и развития языка / Под. ред. Ю.А. Жлуктенко. – К. : Вища школа, 1981. – 244 с.
13. Language and the Mind Revisited – The Biolinguistic Turn with Noam Chomsky : Public Lecture [Video] / Series: «UC Berkeley Graduate Council Lectures» [7/2003]. Режим доступу від 14.10.2015 : https://www.youtube.com/watch?v=yJp1-Od67-U.
14. Spivak G. C. Can the Subaltern Speak? // Marxism and the Interpretation of Culture. — Urbana&Chicago: Univ. of Illinois Press, 1988. – P. 271–313.

Стаття надійшла до редакції 23.10. 2015 р.

Chernenko H. A., Cand.Philol.Sci.**,** Research Staff Member,
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv.

NEW TRENDS AND SOME PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF UKRAINIAN PHILOLOGY AT THE TURN OF THE XX-XXI CENTURIES

The author analyzes development trends of modern Ukrainian philology which are caused by an orientation of world humanitarian thought on emerging from the crisis, which arose during the technicism era; necessity to overcome consequences of long isolation from world intellectual space; specifity of the historical and modern political situation in Ukraine (colonial dependence, Linguocid, totalitarian heritage).

Keywords: *Ukrainian philology, development trends of philology, humanitarian crisis, intellectual isolation.*

Черненко А. А., к.филол.н., н.с.,
Институт филологии КНУ им. Т.Шевченко, г. Киев.

НОВЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ И НЕКОТОРЫЕ ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ УКРАИНСКОЙ ФИЛОЛОГИИ НА РУБЕЖЕ XX-XXI ВЕКОВ

Автор анализирует тенденции развития современной украинской филологии, которые обусловлены направленностью мировой гуманитарной мысли на выход из кризиса, возникшего в эпоху техницизма; необходимостью преодолеть последствия длительной изоляции от мирового интеллектуального пространства; особенностями исторической и современной общественно-политической ситуации в Украине (колониальная зависимость, лингвоцид, тоталитарное наследие).

Ключевые слова: *украинская филология, тенденции развития филологии, гуманитарный кризис, интеллектуальная изоляция.*

УДК 811.111:81’371

Шевченко І.С., д.філол.н., проф.,
Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна, м. Харків

ІСТОРИЧНЕ ВАРІЮВАННЯ КОНЦЕПТІВ: ПАРАМЕТРИ І ТЕНДЕНЦІЇ

Стаття звертається до теоретичних засад історичної лінгвоконцептології, пропонує параметри аналізу історичних трансформацій концептів різних типів: когнітивних і лінгвокультурних, зокрема концептів етики, ознакових концептів комунікативної поведінки. На матеріалі лексично втілених концептів продемонстровано наявність сталих і змінних ознак, які варіюються з розвитком мови, лінгвокультури, суспільства. Запропоновано принципи аналізу в історичній концептології і названо провідні тенденції еволюції англомовних концептів, що охоплюють ціннісні та образні ознаки концепту, засоби його мовної реалізації, структуру (конфігурацію та наповнення окремих слотів), метафоричні й метонімічні моделі тощо.

Ключові слова: *історична концептологія, концепт, принципи аналізу, еволюція, сталі і змінні ознаки*

1. Вступ

Увага до проблем когнітивістики в еволюційному ракурсі є відмінною рисою сучасної когнітивно-дискурсивної парадигми лінгвістики. Комплексне трактування дослідниками розвитку людини, пізнання, мови в останні роки зробило актуальними ідеї еволюції та інволюції концептів – «динаміки смислу в інтервалі між вихідним змістом концепту і тим, що розвивається», яка проявляється як «смислове розширення і стиснення» [7, с. 179]. Це засвідчує становлення нового напряму – історичної концептології (когнітивістики) і робить актуальним розгляд її теоретичних і практичних засад.

Наші дані дозволяють припустити, що концепти різних типів демонструють історичні трансформфмації за різними параметрами, які істотно відрізняються для лінгвокультурного і когнітивного концептів. Це зумовлює мету роботи: систематизувати найбільш загальні принципи історичного варіювання лексично втілених концептів та параметри їх аналізу, виокремити важливіші тенденції діахронічного розвитку. Об'єкт аналізу обмежений лінгвокультурними й когнітивними концептами, за матеріал аналізу у статті слугують дані, отримані в рамках дослідницького проекту «Еволюція концептів в англійській мовній картині світу» у Харківському національному університеті імені В.Н. Каразіна у дисертаціях, виконаних під науковим керівництвом або з консультуванням автора, що виявили історичну динаміку в концептах етики та релігії, таких як ДОБРО / GOOD (І.В. Змійова [17]), ГРІХ / SIN (О.В. Ваховська [3]), СКРОМНІСТЬ / MODESTY (В.О. Турченко [15]), БОГ / GOD (А.В. Поліна [11]), у лінгвокультурному концепті ЕКОНОМІЧНА КРИЗА / ECONOMIC CRISIS (Н.О. Олійник) [10], у домені / концепті ЧАС / TIME (Є.В. Бондаренко [1]), у синтаксично втілених концептах простого давньоанглійського речення (О.В. Михайлова [9]).

2. **Параметри історичного варіювання концептів**

Концепт існує «не як застиглий інформаційний 'згусток', який передається від покоління до покоління, а як безперервний процес асоціювання та номінації феноменів дійсності, відбиваних свідомістю» [13, с. 284], концепт передбачає історичну мінливість [14] і може бути реконструйований на основі даних мови [4]. Тому діахронічний аналіз лінгвокультурних концептів етики різних типів неминуче відштовхується від етимології та внутрішньої форми імені концепту (пор.: в концепті Ю.С. Степанов виділяє вихідну форму (етимологію), стислу до основних ознак змісту історію, сучасні асоціації, оцінки тощо [14, с. 41-45]).

На сучасному етапі розвитку лінгвокогнітивістики науковці розрізнюють когнітивний і лінгвокультурний типи концептів. Перший є замісником поняття, це «натяк на можливе значення» і «відгук на попередній мовний досвід людини» [8, с.282], що базується на значенні слова, але ураховує особистий і загальнонародний досвід (наприклад, ЧАС, ДІМ тощо). Другий – лінгвокультурний концепт – є концентратом культури, це «згусток культури у свідомості людини» [14, с.40]; багатовимірне смислове утворення, в якому виділяються ціннісний, образний і поняттєвий складники [6, с.5] (це ДОБРО, ГРІХ, БОГ, СКРОМНІСТЬ та ін.). Відповідно, їх аналіз залучає різні параметри, які, однак, не є взаємовиключними: у когнітивному концепті можна з певною умовністю описати поняттєвий компонент (за даними компонентного аналізу

імені концепту та його синонімів) і образно-ціннісні параметри (за даними непрямих номінацій, у тому числі когнітивних метафор), а лінгвокультурний концепт за потреби може бути структурований у вигляді когнітивної мережі або матриці доменів.

Один із способів аналізу когнітивного концепту передбачає його моделювання на базі встановлення семантики лінгвальних мереж (за С.А. Жаботинською) у вигляді онтологічної схеми – концептуальної мережі. «Для моделювання відношень між вузлами мережи застосовують пропозиції базисних фреймів – предметного, акціонального, посесивного, ідентифікаційного і компаративного» [5]. Ці «абстрактні схеми заповнюються конкретною інформацією» у ході моделювання «концептуальної мережі конкретного поняттєвого простору» [5]. Так, концептуальна мережа англомовного концепту ЕКОНОМІЧНА КРИЗА виявляє внутрішні та зовнішні концептуальні зв'язки, реалізовані терміном-словосполученням *economic crisis* в домені ЕКОНОМІКА і впорядковані «буттєвими схемами (кваліативна, локативна, темпоральна і способу буття); акціональними схемами (стану / процесу, контактної дії, каузації); посесивними схемами (партитивності, власності); ідентифікаційними схемами (класифікації, характеризації, персоніфікації) та компаративними схемами (схожості, тотожності, подібності)» [10].

Іншим плідним параметром аналізу когнітивного концепта є матриця доменів (domain matrix) – комплекс доменів, у межах яких пояснюється певний концепт [18, с.152] на основі базових доменів когнітивної картини світу, до яких належать: ПРОСТІР, КОЛІР, ЗВУК, ТЕМПЕРАТУРА, ТИСК, БІЛЬ, ЗАПАХ, ЧАС, ЕМОЦІЯ [там само, с.148]. Концепти і домени представлені мовними засобами, упорядкованими у вигляді лексико-семантичних або функціонально-семантичних полів; у матриці доменів вони поєднані пропозитивними зв'язками. Так, Є.В. Бондаренко змоделювала ЧАС / TIME, організований у вигляді лексично-семантичного поля, що у якості когнітивного підґрунтя має матрицю доменів, належних холодній або теплій картинам світу англійців (ХКС, ТКС). Матрична модель «виявляє типові для світогляду носія мови та епохи якості поняття часу у вигляді певної когнітивної структури» та демонструє «співвідношення компонентів наукової та позанаукової картин світу у понятті часу певної епохи і типу світогляду» [2, с. 38, 39]. У сучасній картині світу ця матриця включає:

домени ХКС: «ТОЧНА ТРИВАЛІСТЬ, БУТТЯ ВСЕСВІТУ, ЧЕТВЕРТИЙ ВИМІР, ТОЧНИЙ (АСТРОНОМІЧНИЙ), ГЕОГРАФІЧНИЙ ЧАС, РИТМ, субдомени домену ЗАНЯТТЯ: СПОРТИВНИЙ ЧАС, ЧАС ВІЙСЬКОВОЇ СЛУЖБИ тощо);

проміжні між ХКС і ТКС домени: МОДУСИ ЧАСУ (ТЕПЕРІШНЄ, МИНУЛЕ й МАЙБУТНЄ), ЧАС ПОДІЇ, ВІДНОСНА ТРИВАЛІСТЬ, ПОРА, ЕПОХА;

домени ТКС: НАРОДЖЕННЯ, ЖИТТЯ, СМЕРТЬ, ПЕРСОНА, РЕСУРС та ЕМОЦІЯ» [2, с.243].

Із них темпоральні домени «слугують когнітивним підґрунтям значень лексеми ядра ЛСП часу *time*, її історичних еквівалентів та синонімів, а нетемпоральні домени є когнітивним підґрунтям значень лексем з латентною темпоральністю, метафоричних та метонімічних засобів утілення поняття часу в англійській мові, що складають мета-ядро та периферію ЛСП часу» [1, с.8].

Аналіз лінгвокультурних концептів здійснюють за їх образно-перцептивним, поняттєвим і ціннісним параметрами. Лінгвокультурні концепти етики базуються

на уявленні про моральні цінності, які визначають сутність етики та зумовлюють внутрішню нерозривність поняттєвого і образного компонентів із ціннісним компонентом у структурі етичних концептів. Залежно від різновиду лінгвокультурного концепту додаються інші параметри: у категоріальних концептах (телеономах на зразок ДОБРО/GOOD) структурують відповідні категорії та субкатегорії (наприклад, поняттєва радільна категорія ДОБРО/GOOD існує у складі чотирьох лексично виражених субкатегорій, структурованих за схемою центр – периферія: ЗАДОВОЛЕННЯ, МОРАЛЬНІСТЬ, ВИСОКИЙ СТАНДАРТ, ДОСТАТНІСТЬ ЯКОСТІ/КІЛЬКОСТІ, що є варіантами суперординатної категорії ДОБРО/GOOD; їх межі розмиті і частково перетинаються [17]).

До важливіших способів параметризації – визначення образних і ціннісних ознак як когнітивного, так і лінгвокультурного концептів – відносимо параметр метафори й метонімії. Історично сталі метафоричні моделі концепта утворені як результат аналогового моделювання і забезпечуються когнітивним ефектом висвітлення-приховування окремих елементів у структурі концептуального корелята (перехресним мапуванням).

Спільний для когнітивного й лінгвокультурного концептів параметр номінативного простору, що включає його різнорівневі номінації – ім'я, синоніми, фразеологічні, текстові, непрямі номінації тощо [12], розширює діапазон семантичних ознак концепта та дозволяє виокремити його когнітивні ознаки для подальшого моделювання когнітивного простору концепта. Так, когнітивний простір концепту ГРІХ / SIN дає схемне уявлення про цей концепт як закорінений у свідомості зразок досвіду, організований у вигляді концептуальних доменів РЕЛІГІЙНЕ та СВІТСЬКЕ, у межах яких профілюються концепти, пов'язані між собою відношеннями специфікації і каузації. З одного боку, це концепти БЕЗБОЖНИЦТВО, ГРІХОВНІСТЬ, НЕЧЕСТИВІСТЬ, НЕДОСКОНАЛІСТЬ, СВАВІЛЛЯ та ін. (домен РЕЛІГІЙНЕ), з іншого – НЕПРАВИЛЬНІСТЬ, АМОРАЛЬНІСТЬ, ЗЛОЧИН, ПОМИЛКА, НЕДОЛІК, ПОГАНИЙ СМАК, НЕРОЗСУДЛИВІСТЬ, ПРОСТУПОК, БЕЗЗАКОННЯ та ін. (домен СВІТСЬКЕ), які відображають відповідні сфери досвіду пізнання ГРІХА людиною [3].

Ще одним різновидом лінгвокультурних концептів етики є концепти комунікативної поведінки – «поведінкові концепти-регулятиви» і серед них «ознакові концепти, актуалізовані у стереотипних ситуаціях комунікації і вербалізовані стратегіями ввічливості» [16]. Ознакові концепти скеровують комунікативну поведінку за нормами етики і, зокрема, етикету певної епохи; вони специфікують ситуацію спілкування і схематично відповідають слоту якості / способу в моделі відповідного концепта (Х діє / поводиться ЯК). Такі концепти (типу СКРОМНІСТЬ / MODESTY) втілюються не тільки словом (*modest, humble*), а й у мовленнєвих стратегіях / тактиках (здебільш увічливості) і обумовлюють супутні іллокуції мовленнєвих актів. Наприклад, в мовленнєвих актах осуду домінуючу в експресивах іллокуцію докору може супроводжувати ТОЛЕРАНТНІСТЬ, ІРОНІЯ і т.п. Отже, одним із параметрів аналізу ознакових концептів комунікативної поведінки слугують стратегії і тактики (як правило, зумовлені принципом ввічливості), якими вони актуалізуються в дискурсі: концепт УХИЛЬНІСТЬ – стратегією дистанціювання і тактиками ухильності (hedging); концепт ОПТИМІЗМ – стратегією зближення і тактикою вираження оптимізму (be optimistic) і под.

3. Тенденції історичного варіювання концептів

Діахронічне варіювання концептів простежується за багатьма параметрами, із них до провідних ми відносимо: концептуальну мережу, матрицю доменів, когнітивний простір концепта, його категорійні якості, образно-перцептивний, поняттєвий і ціннісний складники, параметри дискурсивної актуалізації у вигляді стратегій і тактик, метафоричних і метонімічних моделей.

Так, концептуальна мережа «прототипічних значень концепту БОГ/ GOD у релігійній картині світу слугує прототипом для його варіювання у світському дискурсі різних епох. Вона складається з п'яти базових фреймів: предметного, що включає слоти [БОГ є СТІЛЬКИ (кількість)], [БОГ є ТАКИЙ (якість)], [БОГ існує ТАК (спосіб буття)], [БОГ існує ТАМ / ТОДІ (місце і час)]; акціонального – [БОГ (агенс) діє на ХТОСЬ (пацієнс)], [БОГ (агенс) діє для ЩОСЬ (ціль)], [БОГ (агенс) діє з ЩОСЬ (інструмент)], [БОГ (агенс) діє для ХТОСЬ (бенефіціант)], [БОГ (каузатор) творить ХТОСЬ / ЩОСЬ (результат)]; ідентифікаційного – [БОГ є ХТОСЬ (роль)]; посесивного – [БОГ (володар) має ХТОСЬ / ЩОСЬ (володіє)]; компаративного – [БОГ (референт) є як би ХТОСЬ / ЩОСЬ (корелят)]. У ході історичних трансформацій у концептуальній мережі концепту у світському дискурсі змінюється наповнення окремих слотів аж до протилежного біблійному смислу» (у тому числі негативно оцінного); починаючи з XVII століття окремі слоти взагалі зникають [11]; в результаті у XXI столітті у концептуальній мережі присутні лише предметний і компаративний фрейми, тобто має місце суттєве звуження концептуальної мережі, супроводжуване викривленням прототипових значень – наповнювачів слотів.

Різноспрямовані тенденції історичного варіювання матричної моделі концепту виявляє опасаний Є.В. Бондаренко ЧАС/ TIME, актуалізований у міфоепічному, філософському та природничому англійських дискурсах різних епох. Поряд з існуванням історично сталих доменів у складі матриці часу, суттєві зміни в цих моделях проявляються (1) у переміщенні концептів з одного домену в інший та (2) у зміні співвідношення наукових і позанаукових компонентів матриці доменів: зокрема паритет компонентів ХКС і ТКС у кельтському й британському міфо-епічних дискурсах (X ст. до н.е. – XIV ст. н.е.) пізніше порушується на користь останніх [2, с.244].

Матрична модель часу, маніфестована в сучасному філософському і природничому дискурсах, є продуктом анагенезу (перерозподілу компонентів у межах системи, розвитку без відгалужень). «Вона характеризується розширенням номенклатури концептів, що заповнюють матрицю доменів, концентровану навколо концепту ЧАС. В окремі історичні періоди протягом еволюції складові матричної моделі часу, реалізованої у міфо-епічному і філософському дискурсах, з одного боку, й поетичному дискурсі, з іншого, демонструють нелінійну залежність – відставання або випередження. Моделям часу, реалізованим у сучасному філософському, природничому й поетичному дискурсах, притаманна тенденція до зближення за рахунок запозичення концептів з ТКС до ХКС і навпаки» [1].

Британській поетичній моделі часу, яка досягає максимального накопичення історично відомих ознак у XVIII-XIX ст. в епоху романтизму, сьогодні властиві дві протилежні еволюційні тенденції: 'потепління' за рахунок метафоризації та 'охолодження'

в результаті появи нової ознаки хронікальності, відсутньої у попередні періоди [1, с. 8-9; 2, с.244].

Динаміка соціуму та культури зумовлює історичне варіювання когнітивного простору концепта ГРІХ /SIN. У світському сегменті християнської картини світу вирізняються історично сталі поняттєві характеристики – прототипові (біблійні) ознаки ГРІХА: його нерозривний зв'язок з концептами БОГ та ЛЮДИНА, ґендерна маркованість, а також історично змінні – приналежність сфері духовного досвіду, загальнолюдський характер, негативна оцінка. Останні зазнають діахронічного варіювання як наслідок десакралізації ГРІХА: замість сфери духовного досвіду ГРІХ усе частіше профілюється у домені СВІТСЬКЕ; його загальнолюдський характер трансформується у ґендерний, класовий, расовий; негативна ціннісна складова у наш час змінюється на нейтральну або позитивну [3]. Якщо в XIV – XV ст. домен СВІТСЬКЕ був практично відсутнім, то у XXI ст. він становить до 60% когнітивного простору ГРІХА. Суттєво зростає частотність компонентів слотів ЗЛОЧИН, ПОМИЛКА, БЕЗЗАКОННЯ (домен СВІТСЬКЕ), у той час, як частотність концептів БЕЗБОЖНИЦТВО, НЕЧЕСТИВІСТЬ (домен РЕЛІГІЙНЕ) суттєво зменшується [3].

Про варіювання когнітивних якостей категорійного концепту свідчить перерозподіл частотності окремих субкатегорій ДОБРО / GOOD в англійській мовній картині світу вікторіанського періоду і сьогодення: МОРАЛЬНІСТЬ і ВИСОКИЙ СТАНДАРТ, що домінували у XIX ст., поступаються місцем субкатегорії ЗАДОВОЛЕННЯ, актуалізованій у сучасному дискурсі.

Варіювання образного та ціннісного складників концепта ГРІХ /SIN найбільш помітне у трансформаціях метафор та метонімій. Діапазон історично сталих когнітивних метафор ГРІХА утворюють концептуальні кореляти, що належать до понятєвих груп «Фізичний об'єкт», «Людина», «Тварина», «Рослина» та їхніх підгрупах, виділених за родо-видовим принципом, де певний фрагмент структури корелята частково перехресно мапується на референт ГРІХ. Діахронічно сталі метонімії ГРІХА, закорінені в архетипних і християнських символах, утворюються його репрезентантами – концептами ДИЯВОЛ, ЖІНКА, ОЗНАКА, КОЛІР та їх експлікаціями ТЕМРЯВА, ВОГОНЬ, ЯБЛУКО, ЧРЕВО, СТАРІСТЬ, ЧОРНИЙ КОЛІР тощо [3]. Провідними тенденціями історичної динаміки образного складника ГРІХ /SIN є переосмислення та переоцінка його окремих прототипних якостей, про що свідчить поява у дискурсі XX–XXI ст. нових засобів непрямої номінації ГРІХА, які об'єктивують, зокрема, його позитивну оцінку [3].

Історичне варіювання образного і ціннісного складників простежується як у спектрі, так і у діапазоні метафор окремих концептів. Так, серед корелятивних доменів / концептів – джерел перехресного мапування на референт СКРОМНІСТЬ / MODESTY, що утворюють діапазон метафор СКРОМНОСТІ, діахронічними сталими є ЛЮДИНА, КОНТЕЙНЕР, ФІЗИЧНИЙ ОБ'ЄКТ, РЕЧОВИНА, а діахронічними змінними – ВІЙНА, СМЕРТЬ, ПРИЧИНА, ТВАРИНА, ВИНАХІД. У спектрі метафор серед референтних доменів, на які мапується корелят СКРОМНІСТЬ, сталим є домен ЛЮДИНА, а змінними – ЖИТЛО, ЇЖА / НАПОЇ, АРТЕФАКТ. У цілому, за останні сім століть ступінь метафоризації концепту СКРОМНІСТЬ і способи його

метонімічної концептуалізації досягають історичного максимуму у дискурсі XIX ст., демонструючи тенденції до кількісного і якісного розширення у XIV – XVIII ст. та звуження у XX-XXI ст. [15].

Історичні трансформації за параметром дискурсивної актуалізації концепта у вигляді стратегій і тактик увічливості, установлені для концепта комунікативної поведінки СКРОМНІСТЬ / MODESTY, засвідчуються існуванням історично сталого домінування тактик дистанціювання «уникай втручання», «поважай думки і бажання слухача», які втілюють етикетну поведінку, відповідну вимогам СКРОМНОСТІ і невпинно частішають, починаючи з XIX ст. У цілому набір тактик увічливості, що реалізують когнітивні ознаки СКРОМНОСТІ у дискурсі, із часом розширюється, а їхнє кількісне варіювання полягає у зростанні частотності тактик зближення у XIV – XVIII ст. та їх поступовому зменшенні у XIX – XXI ст. Така динаміка засвідчує еволюційно-інволюційний характер історичного розвитку концепта СКРОМНІСТЬ / MODESTY в англомовному дискурсі останніх семи століть [15].

Таким чином, історичні зміни лінгвокультурного концепту торкаються як структури концепту в цілому, так і його понятєво-ціннісного і образно-ціннісного складників, трансформації яких не є ізоморфними: вони протікають з різною швидкістю і різною мірою змінюють окремі концепти етики.

Виявлені історичні трансформації відповідають таким загально-філософським напрямам цивілізаційних процесів, як *еволюція*, зокрема *кладогенез* – розширення за типом «дерева» (концепт ЕКОНОМІЧНА КРИЗА/ECONOMIC CRISIS) і *анагенез* – розвиток без галуження (ЧАС / TIME, ГРІХ /SIN), та *інволюція* – згортання (БОГ/ GOD,), а також розвитку мішаного типу, що змінюється протягом історії з еволюційного на інволюційний (СКРОМНІСТЬ / MODESTY).

4. Висновки

Дослідження історичної концептології базуються на вихідному принципі діахронічного варіювання лінгвально поданих понять, що пов'язаний із розвитком людини, когніції, суспільства, причому цей зв'язок має опосередкований характер.

Для різних типів лексично втілених концептів – когнітивних і лінгвокультурних – історичні трансформації виявляються за різними параметрами**,** важливіші з яких охоплюють концептуальну мережу, матрицю доменів, когнітивний простір концепта, його категорійні якості, образно-перцептивний, понятєвий і ціннісний складники, параметри дискурсивної актуалізації у вигляді стратегій і тактик, метафоричних і метонімічних моделей.

У концептах різних типів історична динаміка проявляється в трансформаціях різних складових: для некатегоріальних лінгвокультурних концептів – здебільш у понятійних, образних, ціннісних компонентах; для категоріальних концептів – у наповненні субкатегорій і конфігурації їх розширень; для когнітивних концептів – у різному наповненні фреймів і слотів концептуальної мережі концепту та в зміні їхньої конфігурації в окремі епохи; для онтологічних концептів-телеономів, що мають в якості когнітивної основи матрицю доменів, – у варіюванні її наповнювачів-концептів тощо. Спільним для названих типів концептів є варіювання їх метафоричних і метонімічних моделей.

У цілому концептам різних типів притаманний історичний розвиток за напрямами *еволюції*, зокрема *кладогенезу* – розширення за типом «дерева», *анагенезу* – розвитку без галуження, та *інволюції* – згортання, а також розвиток мішаного типу, що змінюється протягом історії з еволюційного на інволюційний

Одержані результати і висновки є перспективними для подальших досліджень у галузі історичної концептології і ширше – когнітології на матеріалі української, англійської та інших мов.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бондаренко Є.В. Еволюція поняття часу в англійській мові та у дискурсі: дис. ... докт. філол. наук / Бондаренко Євгенія Валеріївна. – Харків, 2012. – 555 с.
2. Бондаренко Е.В. Матричное моделирование. Дуальность времени в англоязычной картине мира: Монография / Е.В. Бондаренко. – Харьков: ХНУ им. В.Н. Каразина, 2014. – 304 с.
3. Ваховская О.В. Концепт ГРЕХ в англоязычной картине мира. Эволюция в дискурсе XIV-XXI веков / Ваховская О.В., Шевченко И.С. – Saarbrucken : LAP Lambert Academic Publishing, 2013. – 313 с.
4. Демьянков В.З. «Концепт» в философии языка и в когнитивной лингвистике // Когнитивные исследования языка. Вып. I. Концептуальный анализ языка; [сб. науч. тр.]. – М.: Ин-т язния РАН; Тамбов: ТГУ, 2009. – С. 29–34.
5. Жаботинская С.А Имя как текст: концептуальная сеть лексического значения (анализ имени эмоции)/ С.А. Жаботинская // Когниция, коммуникация, дискурс. – 2013. – №6. – С. 47–76. – Режим доступа: http://sites.google.com/site/cognitiondiscourse
6. Карасик В.И. Лингвокультурная концептология : учеб. пособие / Карасик В.И., Красавский Н.А., Слышкин Г.Г. – Волгоград : Парадигма, 2009. – С. 116 с.
7. Карасик В.И. Языковые ключи / В.И. Карасик. – Волгоград: Парадигма, 2007. – 520 с.
8. Лихачев Д.С. Концептосфера русского языка / Д.С. Лихачев // Русская словесность: Антология. – М. : Академия, 1997. – С. 28–37.
9. Михайлова О.В. Просте речення в давньоанглійській мові: синтаксичний, семантичний, когнітивний та комунікативний аспекти.: дис. … канд. філол. наук: 10.02.04. – Харків, 2007. – 215 с.
10. Олійник Н.А. Концепт ЕКОНОМІЧНА КРИЗА в англомовному економічному дискурсі 1930-х і 2000-х років : дис. ... канд. філол. наук Олійник Наталя Анатоліївна. – Харків, 2015. – 257 с.
11. Полина А.В. Языковая объективация концепта БОГ в английском дискурсе XIV–XX вв.: дисс. … канд. филол. наук / Полина Анна Владимировна. – Харьков, 2004. – 205 с.
12. Попова З.Д., Стернин И.А. Когнитивная лингвистика / З.Д. Попова, И.А. Стернин. – М. Восток – Запад, 2007. – 314 с.
13. Слышкин Г.Г. Лингвовокультурные концепты и метаконцепты / Г.Г. Слышкин. – Волгоград: Перемена, 2004. – 340 с.
14. Степанов Ю.С. Константы: Словарь русской культуры / Ю.С. Степанов. –М.: Школа «Языки русской культуры», 1997. – 824 с.
15. Турченко В.О. Когнітивно-комунікативні характеристики концепту СКРОМНІСТЬ в англомовному дискурсі XIV – XXI століть: дис … канд. філол. наук / Турченко В.О. – Харків, 2014. – 241 с.

16. Шевченко И.С. Концепты коммуникативного поведения и дискурс / И.С. Шевченко // Вісник Харків. нац. ун-ту ім. В.Н. Каразіна. – 2013. – № 1072. – С. 15-20.
17. Шевченко И.С. Понятийная категория ДОБРО в английской языковой картине мира/ Шевченко И.С., Змийова И.В. // Антология концептов. Том 5.– Волгоград: Парадигма, 2007. – С.4-16**.**
18. Langacker R. W. Foundation of Cognitive Grammar / R. W. Langacker. – Vol. 1 : Theoretical prerequisites. – Stanford CA : Stanford University Press, 1987. – 515 p.

Стаття надійшла до редакції 14.10.2015 р.

Шевченко И.С., д. филол. н., проф.,
Харьковский национальный университет им. В. Каразина, г. Харьков

ИСТОРИЧЕСКОЕ ВАРЬИРОВАНИЕ КОНЦЕПТОВ: ПАРАМЕТРЫ И ТЕНДЕНЦИИ

Статья обращается к теоретическим основам исторической лингвоконцептологии, предлагает параметры анализа исторических трансформаций концептов разных типов: когнитивных и лингвокультурных, в частности концептов этики, признаковых концептов коммуникативного поведения. На материале лексически воплощенных концептов демонстрируется наличие постоянных и переменных признаков, которые варьируются с развитием языка, лингвокультуры, общества. Предлагаются принципы анализа в исторической концептологии и называются основные тенденции эволюции англоязычных концептов, охватывающие средства их языковой реализации, структуру (конфигурацию и наполнение отдельных слотов), метафорические и метонимические модели и тому подобное.

***Ключевые слова**: историческая концептология, концепт, принципы анализа, эволюция, постоянные и переменные признаки*

Shevchenko I.S., Doctor of Philol.Sci., Professor
V. N. Karazin Kharkiv National University, Kharkiv

HISTORICAL TRANSFORMATION OF CONCEPTS: PARAMETERS AND TENDENCIES

The article refers to the theoretical basis of historical linguistic concept studies and offers analysis parameters of historical transformations of different types of concepts: cognitive and linguo-cultural, in particular, ethical concepts, attributive concepts of communicative behavior. On the material of lexically embodied concepts it demonstrates the existence of constant and variable symptoms, which vary with the development of language, linguistic culture and society. The article suggests principles for analysis in historical concept studies and draws the main trends in the evolution of English concepts covering the means of their linguistic realization, their structure (configuration and content of the individual slots), metaphoric and metonymic models etc.

***Keywords**: historical concept studies, concept, analysis principles, evolution, constant and variable properties*

ЗМІСТ

Жлуктенко Н.Ю.
КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ У ЖИТТІ ЮРІЯ ЖЛУКТЕНКА 3
Чередниченко О.І.
НАУКОВА СПАДЩИНА Ю. ЖЛУКТЕНКА
В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ФІЛОЛОГІЇ ХХ СТ. 9
Літвіняк О. В.
РОЛЬ ЮРІЯ ОЛЕКСІЙОВИЧА ЖЛУКТЕНКА
У ПОСТУПІ УКРАЇНСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЧНОЇ ДУМКИ 16
Vasylchenko O.Yu.
THE DEPARTMENT FOR FOREIGN LANGUAGE TEACHING METHODS
AND APPLIED LINGUISTICS IN COMPARATIONE VERITAS 25
Алєксєєва І.О.
МОВНИЙ ВИМІР «ЗІТКНЕННЯ ІДЕНТИЧНОСТЕЙ» У КОМЕДІЇ
СПОСТЕРЕЖЕННЯ (НА МАТЕРІАЛІ ВИСТУПІВ АНГЛОМОВНИХ
АКТОРІВ – ДІТЕЙ ІММІГРАНТІВ) 30
Афанасьєва О.М.
КОМУНІКАТИВНИЙ РИТУАЛ
В МІЖДИСЦИПЛІНАРНОМУ ВИМІРІ 39
Бабчук Ю.Й.
СПЕКТРАЛЬНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ВИГУКУ WELL
ТА ЙОГО ЗАЛЕЖНІСТЬ ВІД СОЦІАЛЬНОГО СТАТУСУ МОВЦІВ 45
Бедрич Я. В.
INVOLVE ЯК ЕКСПЛІЦИТНИЙ ЗАСІБ ВИРАЖЕННЯ КАТЕГОРІЇ
ІНКЛЮЗИВНОСТІ 49
Белова А.Д.
ЧИТАБЕЛЬНОСТЬ ТЕКСТА:
ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ И ЭКСТРАЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ПАРАМЕТРЫ 58
Бондаренко Є.В.
МОВА Й ІДЕОЛОГІЯ:
ІНФОРМАЦІЙНИЙ ВПЛИВ НА КАРТИНУ СВІТУ 65
Борисович О.В.
СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ КОЛЬОРОНАЗВ У ПЕЙЗАЖІ
(НА МАТЕРІАЛІ РОМАНУ А. МЕРДОК «МОРЕ, МОРЕ») 71
Бортничук О.М., Пастушенко Л.П.
АКТИВНІСТЬ СЛОВОТВІРНОГО ПРОЦЕСУ ТЕЛЕСКОПІЇ
У СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ 78

Бурбело В.Б.
ЛІНГВОПРАГМАТИКА ДОВІРИ В МІЖКУЛЬТУРНІЙ КОМУНІКАЦІЇ 86
Гордєєва А.Й.
РОЛЬ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ У ФОРМУВАННІ
АНГЛОМОВНОЇ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ
МАЙБУТНІХ ПСИХОЛОГІВ 96
Гулей Т. В.
НАЗВИ МІСЬКИХ РЕАЛІЙ В МОДЕЛЯХ СЕМІОЗИСУ 101
Дегтяренко М.О.
СТРАТЕГІЯ «ВИТІСНЕННЯ» КОНКУРЕНЦІЇ
У ПОЛІКУЛЬТУРНОМУ КОМУНІКАТИВНОМУ ПРОСТОРІ
(НА МАТЕРІАЛІ АНГЛОМОВНИХ ТЕКСТІВ
ІНТЕРВ'Ю З БІЗНЕСМЕНАМИ) 107
Дорофеєва М.С.
СИНЕРГЕТИЧНІ АСПЕКТИ ПЕРЕКЛАДУ
СПЕЦІАЛЬНИХ ТЕКСТІВ 117
Дубравська Д.М., Ванівська О.І.
СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО АНАЛІЗУ СЕМАНТИКИ КОМПОЗИТІВ
В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ 126
Єфименко В.А.
МУЛЬТИМОДАЛЬНИЙ АНАЛІЗ КІНОФІЛЬМУ
З КАЗКОВИМ СЮЖЕТОМ 133
Зимовець Г.В.
МІЖМОВНІ КОНТАКТИ ЯК ОДИН ІЗ ЧИННИКІВ ФОРМУВАННЯ
ЕРГОНІМІКОНУ УКРАЇНИ 138
Ісакова Є.П.
ЛІНГВОКОГНІТИВНІ ОСОБЛИВОСТІ
НАВЧАЛЬНИХ САЙТІВ ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСІВ 146
Каптюрова О.В.
СТИЛІСТИЧНІ ЗАСОБИ СТВОРЕННЯ КОМІЧНОГО ЕФЕКТУ
В ІНТЕРВ'Ю (НА МАТЕРІАЛІ ПРОГРАМИ TOP GEAR) 154
Козлова Т. О.
РОЗВИТОК ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ КОНТАКТНИХ МОВ
В АСПЕКТІ ТЕОРІЇ ІКОНІЧНОСТІ 161
Колодій Б. М., Ярошенко К. Є.
ВІДТВОРЕННЯ ПРАГМАТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ДЕЯКИХ СКЛАДОВИХ
РЕКЛАМНОГО ТЕКСТУ У ПЕРЕКЛАДІ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ
(НА МАТЕРІАЛІ АНГЛОМОВНОЇ РЕКЛАМИ ПАРФУМЕРНО-
КОСМЕТИЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ) 169
Костюк М.М.
ОСОБЛИВОСТІ ТРАНСФОРМАЦІЙ БІБЛІЙНОГО СИМВОЛУ *БОГ* У
ПОЕЗІЇ ФРАНЦУЗЬКИХ СИМВОЛІСТІВ 178

Котов М.В.
ОСОБЛИВОСТІ ВЗАЄМОДІЇ ВЕРБАЛЬНИХ І НЕВЕРБАЛЬНИХ КОМУНІКАТИВНИХ КОМПОНЕНТІВ У СИТУАЦІЇ ДИСКУРСИВНОЇ АДАПТАЦІЇ ОСОБИСТОСТІ ПРИ СПІЛКУВАННІ АНГЛІЙСЬКОЮ ЯК ЛІНГВА ФРАНКА 183
Котова І. А.
ПЕРЕДКОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДВАЛИНИ КОНЦЕПТІВ ГЕРОЙ ТА АНТИГЕРОЙ У АМЕРИКАНСЬКОМУ КІНОДИСКУРСІ 190
Кравець О.Є.
ВИЗНАЧЕННЯ РІВНЯ СФОРМОВАНОСТІ ПРОФЕСІЙНО-ПРОЕКТУВАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВИКЛАДАЧІВ ВНЗ НА ЗАНЯТТЯХ З ІНОЗЕМНОЇ МОВИ ЗА ПРОФЕСІЙНИМ СПРЯМУВАННЯМ 199
Крисанова Т. А.
НОМІНАТИВНИЙ ПРОСТІР ЕМОЦІЇ СТРАХ В АНГЛОМОВНОМУ КІНОДИСКУРСІ 203
Ковальчук І.В.
НАПРЯМИ ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНОГО РЕКЛАМНОГО ДИСКУРСУ 210
Ладика О.В.
СТРУКТУРА ЛІНГВОКУЛЬТУРНОГО КОНЦЕПТУ AMERICAN DREAM: МЕТОДИКА ЇЇ ДОСЛІДЖЕННЯ 219
Лялько С.В.
ВИКОРИСТАННЯ ТЕМАТИЧНИХ ВІЗУАЛЬНИХ ЗАСОБІВ У ПРОЦЕСІ ВИКЛАДАННЯ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ 226
Малікова О.В.
СТАТТЯ ЯК ЖАНР ХРИСТИЯНСЬКОГО ТЕОЛОГІЧНОГО ДИСКУРСУ: КОГНІТИВНО-ПРАГМАТИЧНІ ВИМІРИ 230
Мартинюк А.П.
АРГУМЕНТАЦІЯ ТА СУГЕСТІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТАЛЬНІ СТРАТЕГІЇ ДИСКУРСУ 238
Мельник А.П.
ПЕРЕКЛАДАЧ ЯК ПОСЕРЕДНИК МІЖ ДВОМА ЛІНГВОКУЛЬТУРАМИ: МІЖКУЛЬТУРНА КОМПЕТЕНЦІЯ В КІНЕМАТОГРАФІЇ 246
Морозова І.І.
ТИПОВА КОМУНІКАТИВНА ПОВЕДІНКА БРИТАНСЬКОЇ ЖІНКИ XIX СТОЛІТТЯ 251
Морозова О.
ЕКОЛОГІЧНИЙ ПІДХІД ДО АНАЛІЗУ НЕПРАВДИВИХ ВИСЛОВЛЕНЬ 258
Наконечна Ю. С.
МОВНІ ЗАСОБИ ВИРАЖЕННЯ КОНЦЕПТУ MUSIC У ФОЛЬКЛОРНОМУ І СУЧАСНОМУ ВІРШОВАНОМУ ДИСКУРСІ ДЛЯ ДІТЕЙ 266

Орлова В.В.
ЖАНРОТВІРНІ РИСИ МІКРОБЛОГІНГУ 273
Пасинок В.Г.
ДІАЛЕКТИЧНІ ПРИНЦИПИ РИТОРИКИ 280
Плющ Б.О.
ЕТИКА ПЕРЕКЛАДАЧА У НЕПРЯМОМУ ПЕРЕКЛАДІ 287
Поворознюк Р.В.
ПЕРЕКЛАД АНГЛОМОВНИХ ІНСТРУКЦІЙ ДЛЯ ЗАСТОСУВАННЯ
МЕДИЧНИХ ПРЕПАРАТІВ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ 292
Радзієвська Т .В.
МІЖМОВНА ВЗАЄМОДІЯ КРІЗЬ ПРИЗМУ ЕПІСТОЛЯРНОГО ДИСКУРСУ
ВОЛОДИМИРА НАБОКОВА ТА ЕДМУНДА ВІЛСОНА 304
Рудницька Н.М.
«ІДЕОЛОГІЧНИЙ ПОВОРОТ» У ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВІ 311
Смущинська І.В.
МОВНІ КОНТАКТИ І СХІДНІ ЗАПОЗИЧЕННЯ
У ФРАНЦУЗЬКІЙ МОВІ 317
Соболєва О.В.
ЛІГВОВІЗУАЛЬНА ПОЛІСЕМІЧНІСТЬ ЗАГОЛОВКІВ
(НА МАТЕРІАЛІ ФРАНКОМОВНИХ ВИДАНЬ) 324
Солощук Л.В.
НЕВЕРБАЛЬНІ КОМПОНЕНТИ КОМУНІКАЦІЇ
В ЕКОЛІНГВІСТИЧНОМУ АСПЕКТІ 328
Тирон І.В.
ВЕРБАЛЬНІ ТА НЕВЕРБАЛЬНІ ЗАСОБИ РЕКЛАМИ
В СОЦІАЛЬНІЙ МЕРЕЖІ TWITTER 336
Тищенко К.М.
ПОЛОВЕЦЬКИЙ СВІТ
ЯК ТРАНСЛЯТОР ДАВНІШИХ ЕТНІЧНИХ ВПЛИВІВ 342
Фролова І. Є.
КОНФРОНТАЦІЙНІ ФАТИЧНІ МЕТАКОМУНІКАТИВИ
В АНГЛОМОВНОМУ ДИСКУРСІ 359
Черненко Г.А.
НОВІ НАПРЯМКИ ТА ДЕЯКІ ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОЇ
ФІЛОЛОГІЇ НА ЗЛАМІ XX-XXI СТОЛІТЬ 368
Шевченко І.С.
ІСТОРИЧНЕ ВАРІЮВАННЯ КОНЦЕПТІВ:
ПАРАМЕТРИ І ТЕНДЕНЦІЇ 378

Наукове видання

Мовні і концептуальні картини світу

Випуск 55

Макет і комп’ютерне верстування: *О. Мумінова*

Підписано до друку 18.12.2015 р.
Формат 60 х 84 $^{1}/_{16}$. Папір офсетний. Гарнітура «Тип Таймс».
Обл.-вид. арк. 22,78. Ум.-друк. арк. 30,5. Наклад 300 прим. Зам. № 1494.

Видавничий Дім Дмитра Бураго
Свідоцтво про внесення до Державного реєстру ДК № 2212 від 13.06.2005 р.
04080, Україна, м. Київ-80, а/с 41
Тел./факс: (044) 227-38-28, 227-38-86; e-mail: conf@burago.com.ua
www.burago.com.ua