МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

ISSN 2520-6397

Мовні і концептуальні картини світу

Випуск 56

Частина 1

КИЇВСЬКИЙ ВІТЛ УНІВЕРСИТЕТ 2017

MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE
TARAS SHEVCHENKO NATIONAL UNIVERSITY OF KYIV

ISSN 2520-6397

LINGUISTIC AND CONCEPTUAL WORLDVIEWS

Issue 56

Part 1

КИЇВський ВПУ 2017 УНІВЕРСИТЕТ

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ УКРАИНЫ
КИЕВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ ТАРАСА ШЕВЧЕНКО

ISSN 2520-6397

ЯЗЫКОВЫЕ И КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ КАРТИНЫ МИРА

Выпуск 56

Часть 1

КИЇВський ВГЛ 2017 УНІВЕРСИТЕТ

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

Відповідальний редактор	**А. Д. Бєлова, д-р філол. наук, проф.**
Редакційна колегія	**Ш. Т. Апрідонідзе (Інститут грузинської мови АН Грузії), д-р філол. наук, проф.; Р. Бальсис (Клайпедський університет), д-р філол. наук, проф.; А. І. Бєльський (Білоруський державний університет), д-р філол. наук, проф.; І. В. Кононенко (Варшавський університет), д-р філол. наук; В. Д. Старичонок (Білоруський державний педагогічний університет ім. Максима Танка), д-р філол. наук, проф.; В. Б. Бурбело, д-р філол. наук, проф.; І. О. Голубовська, д-р філол. наук, проф.; Н. Ю. Жлуктенко, канд. філол. наук, проф.; В. І. Карабан, д-р філол. наук, проф.; Н. Ф. Клименко, д-р філол. наук, проф.; Н. М. Корбозерова, д-р філол. наук, проф.; Г. Г. Крючков, д-р філол. наук, проф.; О. С. Снитко, д-р філол. наук, проф.; Л. І. Шевченко, д-р філол. наук, проф.; Л. В. Коломієць, д-р філол. наук, проф.; О. І. Чередниченко, д-р філол. наук, проф.**
Адреса редколегії	**01033, Київ-033, б-р Тараса Шевченка, 14 Київський національний університет імені Тараса Шевченка**
Рекомендовано	**Інститут філології, ☎ (038044) 239-32-58**
Затверджено	**Вченою радою Інституту філології, протокол № 3 від 31.10.2016 р.**
Зареєстровано	**Міністерство юстиції України Свідоцтво про державну реєстрацію серія КВ № 16155-4627Р від 11.12.2009 р.**
	Внесено до Переліку наукових фахових видань України (Наказ Міністерства освіти та науки України № 1328 від 21.12.2015 р.)
Засновник та видавець	**Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Інститут філології**
Адреса видавця	**01601, Київ-601, б-р Т. Шевченка, 14, кімн. 43 ☎ (38044) 239 31 72, 239 32 22; факс 239 31 28**

Автори опублікованих матеріалів несуть повну відповідальність за підбір, точність наведених фактів, цитат, економіко-статистичних даних, власних імен та інших відомостей. Редколегія залишає за собою право скорочувати та редагувати подані матеріали. Рукописи та дискети не повертаються.

© Київський національний університет імені Тараса Шевченка, ВПЦ "Київський університет", 2017

This collection contains scientific articles written by professors, lecturers, postgraduate and undergraduate students. These articles concern analysis of worldview perspectives of current linguistics.

Editor-in-chief	**A.D.Belova, Dr. hab, full professor**
Editorial Board	**Sh.T.Apridonidze (Academy of Sciences of Georgia, Institute of Georgian Language), Dr. hab, full prof.; R.Bal'sys (University og Klaipeda), Dr. hab, full prof.; A.I.Biel's'kyi (Belorussian State University) Dr. hab, full prof.; I.V.Kononenko (University of Warsaw), Dr. hab; V.D.Starychonok (Belorussian Maxym Tank State Pedagogical University), Dr. hab, full prof., V.B.Burbelo, Dr. hab, full prof.; N.M.Korbozerova, Dr. hab, full prof.; G.G.Kriuchkov, Dr. hab, full prof.; O.S.Snitko, Dr. hab, full prof.; L.I.Shevchenko, Dr. hab, full prof.; L.V.Kolomijets', Dr. hab, full prof.; O.I.Cherednichenko, Dr. hab, full prof.**
Editorial board address	**01033, Kyiv-033, 14 Taras Shevchenko Avenue, Taras Shevchenko National University of Kyiv Institute of Philology, ☎ (38044) 239-32-58**
Recommended by	**Recommended by Academic Board of Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv October 31, 2016 (Protocol №3)**
Registered by	**Ministry of Justice of Ukraine, certificate of the State registration КВ № 16155-4627P (December 11, 2009)** **Included into the List of Scientific Professional Editions of Ukraine (Order of Ministry of Education and Science of Ukraine, protocol №1328, December 21, 2015)**
Editor's address	**04080, Ukraine, Kyiv-80, P.O.B. 41 ☎ (044) 227-38-48; 227-38-28**

Authors of published materials are fully responsible for gathering and preciseness of published facts, quotations, economical and statistical data, proper nouns and other data.

The editorial board reserves the right to shorten and edit their materials. Manuscripts and memory drives will not be returned.

© Taras Shevchenko National University of Kyiv
Publishing house "Kyiv University", 2017

Сборник содержит научные работы профессоров, доцентов, преподавателей, аспирантов и студентов, посвященные анализу мировоззренческих горизонтов современного языковедения.

Ответственный редактор	**А. Д. Белова, д-р филол. наук, проф.**
Редакционная коллегия	**Ш. Т. Апридонидзе (Институт грузинского языка АН Грузии), д-р филол. наук, проф.; Р. Бальсис (Клайпедский университет), д-р филол. наук, проф.; А. И. Бельский (Белорусский государственный университет), д-р филол. наук, проф.; И. В. Кононенко (Варшавский университет), д-р филол. наук; В. Д. Старичонок (Белорусский государственный педагогический университет им. Максима Танка), д-р филол. наук, проф., В. Б. Бурбело, д-р филол. наук, проф., И. А. Голубовская, д-р филол. наук, проф.; Н. Ю. Жлуктенко, канд. филол. наук, проф.; В. И. Карабан, д-р филол. наук, проф.; Н. Ф. Клименко, д-р филол. наук, проф.; Н. М. Корбозерова, д-р филол. наук, проф.; Г. Г. Крючков, д-р филол. наук, проф.; Е. С. Снитко, д-р филол. наук, проф.; Л. И. Шевченко, д-р филол. наук, проф.; Л. В. Коломиец, д-р филол. наук, проф.; А. И. Чередниченко, д-р филол. наук, проф.**
Адрес редколлегии	**01033, Киев-033, б-р Тараса Шевченко, 14 Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко**
Рекомендовано	**Институт филологии, ☎ (038044) 239-32-58**
Зарегистрировано	**Министерство юстиции Украины Свидетельство о государственной регистрации серия КВ № 16155-4627Р от 11.12.2009 г. Включено в Список научных специализированных изданий Украины (Приказ Министерства образования и науки Украины № 1328 от 21.12.2015 г.)**
Основатель и издатель	**Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, Институт филологии**
Адрес издателя	**01601, Киев-601, б-р Т. Шевченко, 14, комн. 43 ☎ (38044) 239 31 72, 239 32 22; факс 239 31 28**

Авторы опубликованных материалов несут полную ответственность за подбор, точность изложенных фактов, цитат, экономико-статистических данных, имен собственных и остальной информации. Редколлегия оставляет за собой право сокращать и редактировать предоставленные материалы. Рукописи и дискеты не возвращаются.

© Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, ИПЦ "Киевский университет", 2017

УДК 811.161.2'3774

Адилова З. Т., асп.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ТЕРМІНОЛОГІЧНА ЛЕКСИКА У ПЕРШИХ УКРАЇНСЬКИХ ПІДРУЧНИКАХ ІЗ ШАХОВОЇ ГРИ

Ідеться про студії з української шахової термінології в перші десятиліття XX ст., зокрема використання шахової лексики в навчальних посібниках для гри в шахи.

Ключові слова: *шахи,шахова лексика, термінологія, гравець.*

Становлення українського термінознавства відбувалося за складних історичних умов – заборони використання української мови за царату, відсутності державної підтримки за радянської влади.

Проте вже в XIX ст. маємо чимало поважних з'яв у термінологічній царині. Проривом у цій сфері став німецько-український "Словник юридично-політичної термінології", опублікований у Західній Україні в 1851 р. (над українською частиною тоді працювали Я. Головацький, Г. Шашкевич), а за ним побачили світ праці І. Гавришкевича та І. Верхратського. Згодом у Східній і Центральній Україні почали з'являтися наукові статті та публікації з термінологічної тематики. Львів стає осередком термінологічних студій, у Наддніпрянщині активізується наукова діяльність із дослідження термінології українською мовою після заборони на друкування рідною мовою. Як зазначав Богдан Михайлишин, перші десятиліття становлення й розвитку української термінології, перебуваючи "у дуже несприятливому силовому полі російської, польської, німецької й мадярської мов", характеризуються піднесенням і "вірою у власні сили" [4, с. 236]. "Золотим десятиліттям" (1923–1933) називають період розбудови та прориву в українській термінології. Ідеться, зокрема, про два "вузлові моменти", що відіграли значну роль у подальшому розвитку української термінології:

1) намагання покласти в основу термінотворення власномовні лексичні та деривативні ресурси й тим самим максимально надати термінології національного обличчя;

2) першочергова увага до технічних і природничих терміногруп, що викликано намаганням надати повновартісності українській фундаментальній науці [4, с. 237].

Можна стверджувати, що до кола досліджуваних науковцями питань потрапили майже всі сфери діяльності, спрямовані на відтворення української ідентичності. Серед цікавих розробок першої половини XX ст. гідне місце посідає спортивна термінологія і, зокрема, звернення до шахової лексики.

Шахи насамперед вважаються інтелектуальною грою. Створення Радянського Союзу на початку 1920-х рр. збіглося з поширенням шахів на світових теренах. У представників "робочого класу" на той час було упереджене ставлення до цієї гри. Шахи вважалися привілеєм верхівки суспільства, "не "рабочего" и не "бабьего" ума дело" [3, с. 5]. Влада всіляко почала заохочувати людей до шахових змагань, підкреслюючи роль таких змагань у вихованні залізної волі, характеру. Тому вже в 1920-х рр. на території України налічувалося більше мільйона прихильників цієї гри. Шахові секції та гуртки були відкриті, наприклад, у селах Борівка Могилів-Подільського району Вінницької області, Велика Копаня Виноградівського району Закарпатської області, Туради Жидачівського району Львівської області й ін.

З'являються друком книги, присвячені шахам, зокрема українськомовні навчальні посібники Д. Григоренка "Самонавчитель гри в шахи" (1926) [2] і Ф. Богатирчука "Шахи. Підручник з шахової гри" (1926) [1].

Книга Д. Григоренка "Самонавчитель гри у шахи" (1926) має три розділи, у яких подано відповідно "початкові поняття про гру у шахи", "кінці гри" і "дебюти", і як додатковий матеріал – "комбінації з турнірної практики". Праця має чіткий, лаконічний виклад, сприймається легко і зрозуміло. Перший розділ містить невеликий словник із розтлумаченими поняттями. Наводяться основні вимоги щодо ведення гри, висвітлюються основні композиційні прийоми, подаються характеристики фігур. Так, про туру сказано, що вона "ходить лише простолінійними напрямками, поземними й простовисними, скільки дозволяє дошка і фігури на ній" [2, с. 5]. "Слон ходить теж всіма напрямками, але ж тільки діягональними, на хоч яке число полів", він не може змінити колір того шляху, яким "керується від початку гри: біле на біле, чорне на чорне". Автор пояснює, що "кожний ігрець" має по одному білому та чорному слону. "Кінь ходить ломчастою лінією: спершу він рушить на одне поле навпрямки, а потім на одне поле по діягоналі й при цьому постійно зміняє колір полів; фігури, що містяться на його шляху, не перешкоджають його рухові" [2, с. 5]. "Ферзь – найміцніша фігура на дощці: він об'єднує ходи слона та тури, цебто ходить простолінійними й діягональними напрямками, на хоч яке число полів" [2, с. 5]. "Король – найважливіша фігура. Він ходить всіма напря-

мками, але-ж тільки на одне сусіднє поле. Короля не можна взяти, і через це він мусить ухилятися полів, якими володіють фігури супротивника" [2, с. 5]. Найменша за вартістю у грі фігура – це "пішак". Автор пояснює, що пішак "назад не ходить", вперед просувається на одне поле навпрямки, і тільки зі свого початкового становища може "рушити на одне чи на два поля вперед"; пішак "б'є" супротивника не так, як ходить, а "по діагоналях, на одне поле праворуч і ліворуч" і, на відміну від інших фігур, дійшовши кінця вертикалі може стати будь-якою фігурою свого кольору, крім короля [2, с. 5].

Ф. Богатирчук у своєму підручнику "Шахи" (1926) має за мету "допомогти тільки зовсім неосвіченому на шаховій справі". Книга складається із трьох частин. У першій частині "Початкове розуміння правила шахової гри" розповідається про історичні засади появи шахів, про шахові фігури, порівняльну силу фігур, найпростіші комбінації, найпростіші закінчення із завданнями. Друга частина "Перші кроки самостійної гри" дає уявлення про початок і середину гри, шахові закінчення, тлумачить поняття "комбінаційна та позиційна гра", подає короткий перелік шахових термінів. Третя частина "Короткий огляд дебютів" розповідає про систему дебютів у шаховій грі – італійську партію, євансів гамбіт, філідорів захист, російську партію, шотландський дебют і багато інших. На означення фігур Ф. Богатирчук послідовно вживає терміни "король", "дама" (ферзь), "тура", "бігун" (слон), "хлопець" (пішак). Король "ступає" і "стає" на квадрати поля, за необхідністю виконує "рокіровку". Дама "рухається по косині, як бігун, і по прямині, як тура". Рух по діагональних лініях означено як "по косині", вертикальних і горизонтальних – "по прямині" [1].

На думку Ф. Богатирчука, шахова гра в 1920-х рр. мала серйозний вплив на розвиток суспільної думки, мови й культури загалом, вона стає неодмінним атрибутом культурного життя в республіці.

Отже, простежуючи розвиток шахової лексики на початку ХХ ст.. на прикладі розглянутих словників, можна стверджувати, що термінологія цього напряму вже була певною мірою сформованою, але далеко не впорядкованою. Лексика, наявна в навчальних посібниках із шахової гри, засвідчувала прагнення авторів до успадкування й адаптування світової шахової термінології в українській мові, до пошуку тих чи інших відповідників на власне українському ґрунті.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Богатирчук Ф.* Шахи. Підручник шахової гри / Ф. Богатирчук. – К. : Книгоспілка, 1926.

2. *Григоренко Д.* Самонавчитель гри в шахи / Д. Григоренко. – К. : Держвидав, 1926.

3. *Майзелис И. Л.* Шахматы : начальный учебник / И. Л. Майзелис. – М. : Физкультура и спорт, 1938.

4. *Михайлишин Б.* Проблеми історії та розвитку української термінології / Б. Михайлишин // Мовознавство: доповіді і повідомлення Другого міжнародного конгресу україністів. Львів, 22–28 серпня 1993 р. / АН України. – Львів : Б. в., 1993. – С. 236–240.

Стаття надійшла до редколегії 14.04.2016

Адылова З. Т., асп.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКАЯ ЛЕКСИКА В ПЕРВЫХ УКРАИНСКИХ УЧЕБНИКАХ ПО ШАХМАТНОЙ ИГРЕ

Речь идет о студиях украинской шахматной терминологии в первые десятилетия XX века, в особенности об использовании шахматной лексики в учебных пособиях для игры в шахматы.

Ключевые слова: *шахматы,шахматная лексика, термин, игрок.*

Adylova Z. T., postgraduate student
Taras Shevchenko National University of Kyiv

THE THERMINOLOGICAL LEXICS IN THE FIRST UKRAINIAN CHESS TRAINING GUIDES

This article is focused on the Ukrainian chess terminology of the first decades of the 20thcentury, particularlythe peculiarities of the use ofchess lexis in the Ukrainian chess training guides.

Keywords:*chess, chess lexis, term, chessplayer.*

УДК 821.581/ – 21

Акімова А. О., асп.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ОСМИСЛЕННЯ ТЕМИ САМОТНОСТІ СЕРЕД ЛЮДЕЙ У НОВІТНІЙ КИТАЙСЬКІЙ ДРАМАТУРГІЇ (НА ПРИКЛАДІ П'ЄСИ ЛЮ ШУГАНА "ВІЗИТ МЕРТВОГО ДО ЖИВИХ" (1985)

Порушено актуальну тему існування людини в соціумі. На прикладі творів китайської драматургії доведено, що на самотність людини впливає не її місцезнаходження, а оточення. Паралелізм двох світів дав можливість показати проблему вибору та її вирішення.

Ключові слова**:** *новітня драматургія, сучасний світ, паралельне існування, тема вибору, візуальне та вербальне.*

Постановка проблеми. XX ст. обернулося для китайської драматургії великою кількістю змін, руйнацією усталених законів і принципів. Цьому сприяли соціально-політична ситуація в країні (падіння Імперії спричинило сильний вплив європейських держав, що не могло не позначитися на мистецтві); японсько-китайська війна 1937–1945 рр. і боротьба за владу між Комуністичною партією та Гоміданом, що руйнували країну. Саме в таких умовах і зароджувався новий вид китайського мистецтва – розмовна драма.

Новітня китайська драматургія стала об'єктом дослідження В. Аджимамудової, І. Гайди, Л. Меншикова, Л. Нікольської, А. Родіонова, В. Сорокіна, Я. Щербакова, Є. Шалунової й ін.

Мета і завдання статті – поглибити знання про китайську новітню драматургію, розкрити специфіку розуміння Лю Шугана одвічної проблеми байдужості та відсторонення пересічних громадян від навколишньої дійсності, підкреслити способи авторського розкриття двох світів та існування людини в соціумі.

Одне із чільних місць у новітній драматургії посідає творчість відомого кіносценариста, одного з десяти найкращих драматургів сучасного Китаю (за рішенням China Dramatic Art Association 1988 р.) Лю Шугана [10]. У доробку митця – понад двадцять фільмів, драм і кіносценаріїв. Світове визнання Лю Шуган отримав після написання п'єси "Дослідження п'ятнадцяти випадків розлучення", прем'єра якої відбулася 1983 р. на сцені Центрального експериментального театру. Драму поставили не лише театри Китаю, а й Сполучених Штатів (Колумбія, Огайо, 1987 р.).

1985 р. побачила світ п'єса, у якій автор порушив одвічні проблеми байдужості та відсторонення пересічних громадян від навколишньої дійсності. Драма "Візит мертвого до живих" знову з успіхом була поставлена за межами Китаю (у Радянському Союзі прем'єра відбулася 1988 р., а в Сінгапурі – 1991). Дія у п'єсі розгортається навколо незрозумілої смерті модельєра-аматора Е Сяосяо. Під час допрем'єрного показу героєві ніяк не вдавалося зіграти так, щоб повірив зал. До того ж завдання ускладнювалося ще й необхідністю демонстрації нової колекції одягу. Смерть Сяосяо виглядає спершу досить загадково: "На його тілі знайдено сім ножових поранень. Роковим був удар у серце, рана виявилась занадто глибокою. Дивно, що він ще прожив троє діб… Справа серйозна й доволі незвичайна" [6, с. 182]. Кохана дівчина Сяосяо Тан Тяньтянь береться розслідувати справу. Їй допомагає драматург та театральний режисер Лю Фен.

Лю Шуган у центрі конфлікту п'єси вводить інтригу через любовний трикутник: Е Сяосяо – Тан Тяньтянь – Лю Фен, за словами останнього: "я і Сяосяо завжди були суперниками: разом вступали до університету – він не потрапив. Потім обидва хотіли досягти ще чогось у мистецтві – знову ж таки до театру його не прийняли. Ми і у коханні були суперниками…" [6, с. 185].

Під час слідства починають з'ясовуватися безліч деталей і дрібних подробиць, що призвели до смертельної бійки у міському автобусі, у якому їхав Сяосяо (маршрут № 13, автор підкреслив збіг числа й події в номері справи 1303). Упродовж твору Тяньтянь намагається віднайти правду, хоч це буває й нелегко, оскільки пасажирів в автобусі їхало багато, але ніхто не хоче говорити правду. Зрештою, дівчині вдається неймовірне – вона поступово логічно доводить правильність вчинків Сяосяо. Насамкінець, хлопця не лише виправдовують, а й роблять героєм, який по-прометеєвськи залишився непохитним у своїй вірі: "Через роки у повітрі літатимуть маленькі іскорки, які ніколи не згаснуть. Вони будуть літати навколо вас і нагадувати: люди, я любив вас!" [6, с. 275].

Новим для китайської драматургії стає спосіб подання автором дії. Звичайно, упродовж трагедії Лю Шуган не відмовляється від усталеної китайської форми поєднання прозової та поетичної мов: коли персонажі чимось стурбовані, перебувають у скруті, то переходять на спів. Однак візуально підкреслити те, що відбувається на сцені, допомагають не декорації, а дзеркала, пантоміма чотирьох мужчин і чотирьох жінок. Саме актори та жива музика заповнюють усе довкола. Повільними та чіткими рухами вони символізують простір: двері в палату лікарні, поліцейську, яка веде розслідування, дідуся-сторожа у морзі, срібні нитки у руках мімів відіграють роль дощу, через спогади Сяосяо, надягаючи маски, міми стають пасажирами автобуса. Тобто, упродовж п'єси задіяно лише три головні персонажі (Е Сяосяо, Тан Тяньтянь, Лю Фен). Усі інші – інспектор Фан, його сліпа донька Лянлян (яка спричинила мимоволі загибель Сяосяо), Хань Ін, випадкові пасажири рейсу, медичний персонал – маски, виключно відтворення гри та рухів акторів-мімів.

Розвиток дій у трагедії ускладнюється її двоплановим розгортанням: упродовж усієї п'єси померлий Е Сяосяо знаходиться і ходить як живий серед живих. Його бачать, із ним розмовляють, і нікого це не дивує: "Лю Фен стоїть, нахиливши голову, заглиблений у розду-

ми. Мертвий Е Сяосяо злегка поворушився; за деяку мить він поступово знімає з обличчя біле простирадло, потім так само повільно привстає та сідає, дивиться відсутнім поглядом довкола, наче щойно прокинувся і з трудом намагається щось пригадати…" [6, с. 186].

Усі подальші дії – почергово відтворені спогади Сяосяо, коли він іще був живий: ось він сідає в автобус, бачить Лянлян, далі волоцюги виймають гаманець у її батька Хао і, заразом, ріжуть одяг дівчині. Цей епізод на початку п'єси й обумовлює розвиток конфлікту. Лю Шуган обігрує пересічну ситуацію у транспорті, що може статися будь-якої миті. І вже кожен сам для себе вирішує, як вчинити. Філософія буття, мислення, відповідальності за свої вчинки, розчарування, геройства без пафосу, просто, щоб бути справедливим, побачивши злочин. З'ясувалось, що в переповненому автобусі не знайшлося жодної людини, яка б стала на захист Сяосяо. Переляк, острах, невтручання у справи інших, бо якось минеться.

Персонаж Лю Шугана діє на межі між двома світами. А осягнення того, що сталося, знаходимо у словах: "Ненависть? До кого? Дай подумати… Да ні, лише якось тоскно на душі. А у той час я відчував себе дуже самотньо. Та й помер я, взагалі-то, ні за що, ні про що, так?" [6, с. 192]. Попри те, що "в автобусі було багато народу. Люди усе бачили. Де ж вони?" І відповідь Тяньтянь: "Розбіглися, хто куди" [6, с. 193]. Песимізм, розгубленість, відчуження живих надалі за трагедією були зруйновані оптимізмом загиблого Сяосяо: "Я повинен їх знайти, розпитати, що вони думали тоді… Мені так сумно, так самотньо" [6, с. 194].

Задля відновлення справедливості він на деякий час перебуває серед живих, але побачити його змогли не всі. Автор майстерно передав картини розслідування, яке б унеможливилося без втручання Сяосяо. Перший свідок Чжао Тещен починає плутатися у свідченнях, допоки Сяосяо не розмовляє з ним, а для сторонніх це якесь незрозуміле бубоніння. З'ясовується, що у Чжао Тешеня народився син і він їхав до пологового будинку, так, він бачив і чув, що сталося, але не хотів втручатися. Це дало Лю Шугану підставу з болем та сумом визначити: "Можливо, його життя настільки одноманітне та нудне, що цей бідолага готовий знайти який завгодно подразник, аби зворушитись чи розвіятися… Я сподівався, що пасажири мені допоможуть!" [6, с. 203]. Проза життя, за визнанням Чжао Тешеня: "Взагалі-то, коли все почалося, я хотів втрутитися... Але я така людина – люблю в автобусі посидіти… Втрутився б, а моє місце хтось зайняв" [6, с. 204].

Наступним свідком була сліпа Лянлян, за іронією ім'я якої перекладається з китайської як "світла", "ясна". Саме для неї Сяосяо став уособленням усіх найкращих рис, що є в чоловіках. Дівчина картає себе за те, що не змогла допомогти в автобусі. Міг, а не зробив її батько, адже Хао сповнений лише мрії про кар'єрне зростання, усі вчинки скеровуються лише тим, щоб ніхто ніщо не побачив і не здогадався. Попри те, що вкрали його гаманець, який і спричинив смерть хлопця, Хао до останнього не визнавав цього. Сяосяо: "Чому ви не допомогли мені?.. Якби у вас на ту мить знайшлося декілька слів, твердих та принципових! Тоді б ці виродки відчули силу справедливості. А ви, навпаки, розхвилювались, просто злякалися!" [6, с. 222] "Ви навіть побоялися сказати, що у вас вкрали гаманець! Не допомогли мені. Просто стояли і спостерігали, як вбивці, скоївши свою справу, спокійно зникли" [6, с. 226]. Відповідь Хао була доволі простою: "Я побоявся бути втягнутим в історію…" [6, с. 227].

Наступним свідком стає молоде сімейне подружжя, у якому чоловік хотів стати героєм, а йому постійно хтось заважав. А в автобусі на шляху до геройства стала його дружина, яка до того вчинила йому скандал, і він був засмучений. Виявилося, що на третій день після весілля молодята вже готові розлучитися через побутові та фінансові проблеми. А не втрутились, бо, "…коли в автобусі почалася бійка, я ще не встиг охолонути від злості. Та й в руках оці зацукровані фрукти, руки були зайняті… Два солодких шашлички, не впали б" [6, с. 254]. Сяосяо: "Чередзвіпаличкизацукрованих фруктів… ви не змогли мені допомогти" [6, с. 254].

Як і не стали на захист Сяосяо брат із сестрою, що були поруч. У брата в портфелі було п'ять тисяч юаней, які він віз у місто, щоб придбати сестрі весільну сукню. А сестра, у свою чергу, трималася за великий кошик. Оберігала те, що в ньому знаходилося: "У ньому було двадцять кроленят, їм виповнився лише місяць.. двадцять маленьких життів" [6, с. 270]. Сяосяо (радісно): "Чудово! Із дитинства прищеплювати дітям любов до тварин, як гарно!" [6, с. 270].

Розв'язка у драмі з детективним розслідуванням була неоднозначною. Під час бійки хтось вигукнув, щоб водій їхав у відділок. Сяосяо і прийшов у світ живих, щоб знайти, як йому видавалося, героя. Ним виявився його друг Лю Фен: "Сяосяо, Тяньтянь, ви, можливо, здогадалися. У той день я теж був в автобусі номер тринадцять. Сяосяо мене не бачив. Людиною, яка вигукнула: "жени автобус у відділок", був я. Потому я у душевному

неспокої написав цю п'єсу… Ні! Може, це лише тривога, яка поглинула мої думки, мою душу по смерті Сяосяо. Яким би був я, якби був тоді в автобусі?" [6, с. 274].

Пряма, хронологічна послідовність викладених подій дозволила Лю Шугану осмислити ціну людського життя через певний ланцюг: байдужість, кар'єра, звинувачення інших, зацукровані фрукти, заздрість. Художній час у драмі Лю Шугана "Візит мертвого до живих" відтворює особливий реальний простір, у якому події переплітаються, зіставляються, протиставляються: у почергово закритих приміщеннях (майстерня і сцена на початку драми, автобус усередині, траурний мітинг у фіналі). Межі зображуваного розширюються вступними епізодами, у яких персонажі згадують минуле, умотивовуючи свої дії.

Характер персонажів у п'єсі повністю розкривається через їхні вчинки. У світовій драматургії є приклади, коли саме мертві допомагали живим розібратися в тому, що сталося (наприклад, образ камінного господаря з однойменної п'єси Лесі Українки). За перебігом подій з'ясовується, що живим краще відверто розмовляти з мертвим Сяосяо, вони повністю розкриваються перед ним, зникає подвійність у сприйнятті оточуючого. Як і Тянь Хань, Лю Шуган бере лише один епізод із життя персонажів. Вони є цілісними та сформованими особистостями, які потрапляють у скрутне становище на певному життєвому етапі.

Звертає на себе увагу й одяг дійових осіб. Протягом усього перебігу дії вони вдягнені досить модно (як на свій час). Це дозволило автору підкреслити зв'язок із дійсністю, самобутність національної китайської індустрії, коли "один за одним із-закуліс з'являються актори. На них модний, вільний одяг різного фасону – буде показ мод. Актори поступово розходяться сценою, розвішують на сцені перуки, бороди, костюми, майстерно зроблені маски" [6, с. 178].

У драмі Лю Шуган неодноразово штрихами подає у відступах портретну характеристику дійових осіб, виокремлюючи якусь одну важливу рису. Так, очі Сяосяо випромінюють тепло, він закохано дивиться на Тяньтянь. Посмішка у героїв спокійна, але перейнята смутком.

На відміну від Тянь Ханя, у Лю Шугана авторські ремарки обіграні в досить своєрідний спосіб. Окрім візуального впливу на глядача (читача) грою масок, є постійний вербальний супровід у п'єсі: дзеркала та музика. Ще на початку трагедії автор невипадково зазначає, ніби застерігаючи: "при вході до зали глядачі бачать своє відображення у великих дзеркалах, що встановлені на напівтемній сцені. На гору піднімається ударник, налаштовує інструменти, починає грати" [6, с. 178].

Усі події відбуваються через подвійне сприйняття дійсності, її віддзеркалення, тобто, коли не лише проектується, а й відбивається світ. Евристичний метод перебігу ситуацій, який уможливив зібрати додаткову інформацію у спірних питаннях, упорядкувати вже наявну у проблемі, що виникла.

У свою чергу, коли словом вже не можна висловити глибину почуттів і переживань, Лю Шуган звертається до ударних інструментів. Під час перебігу подій у драмі вони час від часу допомагають персонажам пережити емоції: соло барабанщика на початку твору, потім ударник імітує роботу серця, відтворює шум шин, кроків, і наприкінці вже Сяосяо з посмішкою сидить за інструментом, звучить безперебійний дріб барабану.

Особливими у драмі є мова персонажів та авторські ремарки. Безумовно, на оформлення тексту вплинули кіносценарії, що їх так полюбляє Лю Шуган. Монтажна побудова дійсності дозволила Лю Шугану передати динаміку розгортання подій, прискорити їхній розв'язок. У драмі текст дійових осіб не ускладнений синтаксичними конструкціями, емоційної забарвленості йому надають незакінчені фрази, трикрапка чи знак оклику: "Я ж помер, помер Тяньтянь! Ти так говориш лише тому, що я помер? Раніше ми утрьох були непевними, кожний із нас боявся образити іншого. Тепер все скінчено! Лю Фен живий. Люби його! Я не буду ревнувати, я зможу лише заздрити вам! Тяньтянь, Лю фен, я люблю вас. А тепер я лише бажаю побачити тих, хто був у автобусі. Я пішов, хочу відвідати тих, хто живий…" [6, с. 195].

Переживання дійових осіб у драмі передані постійними точними авторськими ремарками: із перебігом спогадів Е Сяосяо актори надягають відповідні маски, що вказують на пасажирів. Одні стоять, інші сидять [6, с. 188].

Отже, своєрідність осмислення проблем буття, пошук свого місця у житті у драмі Лю Шугана "Візит мертвого до живих" полягає у проектуванні дзеркальної дії, коли одночасно задіяні два світи: потойбічний і реальний. Для Лю Шугана вісником іншого світу, неосяжним, а від того утаємниченим, став за п'єсою модельєр-початківець Е Сяосяо. Символічно, що через поєднання візуального та вербального поступово передано не лише трагізм ситуації, втрату життя, а й закцентовано увагу на актуальних людських проблемах: ставленнідо ближнього, байдужості,

прагненні вислужитися, не вирізнятися з натовпу, остраху взяти на себе відповідальність. Нові часи породжують нових героїв. Лю Шуган ще раз довів це драмою "Візит мертвого до живих", адже, як переконаний Е Сяосяо: ".. люди не повинні красти чужі речі, різати чужий одяг, знищувати красу. Я розумів, що треба їх зупинити" [6, с. 263].На жаль, ціною власного життя.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Голованова И. С.* Литература Китая [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://17v-eurolit/golovanova/literatura-kitaya.htm.

2. *Горбунова Е. М.* Литература Древнего Китая : практикум / Е. М. Горбунова. – Иркутск : ИГЛУ, 2013.

3. *Энциклопедия Китая.* Литература и Изобразительное искусство [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.abirus.ru/content/564/623/626/11251/11260.html.

4. *Літературознавча енциклопедія* : у 2 т. / Авт.-уклад. Ю.І. Ковалів. – К. : Академія, 2007. – Т. 1.

5. *Ісаєва Н. С*. Класичні теорії драми в Китаї та Європі: компаративний аспект / Н. С. Ісаєва, А. Акімова // Вісн. Київ. нац. ун-ту ім. Тараса Шевченка. Східні мови та літератури. – К., 2012. – Вип. 18. – С. 59–62.

6. *Современная китайская драма* : Сборник ; пер. с кит. – М. : Радуга, 1990.

7. *Столяров А. М*. Эвристические приемы и методы активизации творческого мышления / А. М. Столяров. – М. : ВНИИПИ, 1988.

8. *Хабарова И. В*. Авангардные тенденции в пьесе китайского драматурга. Лю Шугана "Визит мертвого к живым". [Електронний ресурс]. Режим доступу: .www.levlivshits.org › ... › 16-е чтения (2011)

9. *Чечётин А. И*. Основы драматургии театрализованных представлений : История и теория : учебник / А. И. Чечётин. – М. : Просвещение, 1981.

10. *LiuShugangbiography*. [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://books.google.com.ua.

Стаття надійшла до редколегії 14.04.2016

Акимова А. А., асп.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

ОСМЫСЛЕНИЕ ТЕМЫ ОДИНОЧЕСТВА СРЕДИ ЛЮДЕЙ В НОВЕЙШЕЙ КИТАЙСКОЙ ДРАМАТУРГИИ (НА ПРИМЕРЕ ПЬЕСЫ ЛЮ ШУГАНА "ВИЗИТ МЕРТВОГО К ЖИВЫМ" (1985))

Поднята актуальная тема пребывания человека в социуме. На примере произведений китайской драматургии доказано, что на одиночество человека влияет не только его местопребывание, а и окружающие. Сопоставление двух миров дало возможность обратить внимание и на проблему выбора, и на ее решение.

Ключевые слова: *новейшая драматургия, современный мир, тема выбора, визуальное и вербальное.*

Akimova A. O., postgraduate student
Taras Shevhenko National University

INTERPRETATION OF THE THEME OF LONELINESS IN THE MIDST OF PEOPLE IN MODERN CHINESE DRAMA (ON THE EXAMPLE OF THE PLAY "THE DEAD VISITING THE LIVING" (1985) BY LIU SHUGANA)

The article brings up thetopical issue of human life within the society. On the example of Chinese works of drama,it is proven that a person's loneliness is affected not only by their location, but also by the people that surround them. Comparison of the two worlds enabled us to focus on theproblem of choice, as well as its solution.

Keywords: *modern drama, modern world,parallel existence, the problem of choice, the visual and the verbal.*

УДК 81'374: 81'255=30.133.1

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

ЕЛЕКТРОННИЙ СЛОВНИК *LE VISUEL*: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ

Розглядаються особливості французького електронного інтернет-словника Le Visuel. Аналізується структура словникових статей, окреслюються можливості використання лексикографічного ресурсу в роботі перекладача.

Ключові слова: *французька мова, енциклопедичний портал, електронний словник, LeVisuel, переклад.*

Словники є найпершим і найважливішим інструментом уруках перекладача і в перекладацькій справі взагалі. Сучасний перекладач має чітко уявляти собі, до якого типу лексикографічних джерел слід звертатись у тій чи іншій ситуації; при вирішенні конкретної проблеми вміти безпомилково вибирати не лише необхідний словник, а й найкращий лінгвістичний довідник відповідного типу. Необхідно знати структуру кожного словника, його переваги й недоліки, його особливості порівняно з іншими однотипними словниками. Важливим уроботі перекладача є також уміння в найкоротший термін отримати зі словника максимум необхідної йому інформації.

Надбання як традиційної, так і комп'ютерної лексикографії, напрями їхнього розвитку описані в багатьох працях лінгвістів [1; 2; 4].

Загальною особливістю електронних словників є те, що вони виходять далеко за межі звичайних тлумачних словників, надаючи багату додаткову інформацію про слово та про мову загалом. Усталена форма словникової статті не може вмістити всіх тих відомостей, які можуть зацікавити читача. Тому автоматизовані словники можуть містити наукові нариси, списки слів, таблиці, що наочно подають смислову структуру слова, семантичні зв'язки між словами, словотворчі моделі мови.

Зараз спостерігається загальне поглибення та вдосконалення словникового матеріалу, зростання інформативності кожної статті та словника загалом. При цьому, знайомлячись із сучасними динамічними процесами лексичного та граматичного складу мови, перекладач може також моделювати динаміку словників різних типів.

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

Активізується тенденція до використання мультимедійних засобів представлення інформації: окрім тексту, використовується колір, зображення, звуковий супровід.

Серед сучасних лексикографічних джерел привертає увагу енциклопедичний портал **Ikonet.com**, створений компанією Québec Amérique International (QAI), що є підрозділом видавництва Éditions Québec Amérique inc. Понад чверть століття видавництво знайомить читачів із довідковими виданнями, зміст яких базується лише на візуальних засобах.

Найуспішнішим у проекті є багатомовний словник під назвою **le Visuel**, перше видання якого побачило світ друком у 1986 р. Відомий як перший у світі візуальний словник, довідник нині перевиданий уже вчетверте та перекладений більше ніж 35 мовами. У березні 2009 р. компанія QAI запустила в комп'ютерній мережі портал ledictionnairevisuel.com. У квітні цього ж року сайт **The Visual Dictionary Online** був висунутий кандидатом на звання навчального вебсайту року на конкурсі 13e Webby Awards і став найкращим довідниковим засобом року.

У 2010 р. поступово з'являються *Le Dictionnaire Visuel Scolaire, L'Encyclopédie familia lede la santé, La collection Corps et Santé.* Користування *Multi dictionnaire* у iPhone та iPodTouch із 2012 р. стає можливим через Імагазин AppStore.

Зараз на порталі подані також енциклопедичні праці, зокрема в галузі харчування та наук, присвячених проблемам молоді й дорослих. Ці публікації представлені більше ніж у ста країнах світу. Користуючись швидким зростанням всесвітніх засобів масової інформації, QAI все більше зосереджується на розповсюдженні та продажу своєї продукції через Інтернет і цифрові носії.

QA International плідно співпрацює з видавництвом Larousse Mexique. Маючи надійну міжнародну репутацію, QAI залишається піонером у царині візуальних довідників. Цей проект створений за фінансової підтримки уряду Канади та уряду Квебеку за посередництва Книжкового фонду Канади (*Fonds du livre du Canada)* у межах Програми податкових кредитів у книжковому видавництві.

На порталі представлена віртуальна енциклопедія **Corps humain**, застосування якої можливим на iPhone, iPod touch, і на iPad. У довіднику легким дотиком пучки пальця можна подорожувати по 11 системах та апаратах людського тіла, які представлені надреально. Енциклопедія подає більше 1 000 термінів і їхніх визначень за такими розділами: la morphologie, le squelette, les muscles, le système nerveux, le système lymphatique, le système cardiovasculaire, l'appareil respiratoire, l'appareil digestif, l'appareil urinaire, l'appareil reproducteur, le système endocrinien. Зручний інтерфейс пропонує працювати й вивчати анатомію людського тіла за допомогою віртуальної моделі та професійного анатомічного словника.

Предметом нашого детальнішого спостереження став згаданий вище інтернет-словник французької мови ***Le Visuel*** [5], який наочно демонструє поняття, тлумачить назви, подає дефініції та пояснення лексичних одиниць. Електронний словник вміщує 6000 кольорових ілюстрацій, 21 000 понять і назв, 35 000 слів-термінів, що відтворюють назви предметів. Представлений матеріал можна прослухати у звуковому форматі. Кожен малюнок дає, у свою чергу, подальші численні візуальні посилання з текстовим тлумаченням. Перекладач має можливість удосконалювати свої знання з мови засобами реалістичних картин і зорових образів для знаходження відповідних назв, термінів, понять у сучасному світі.

Важливою ознакою інтернет-словника є те, що слова до кожної ілюстрації можуть подаватися трьома мовами – французькою, англійською й іспанською. У верхньому правому куточку меню є піктограма, яка дозволяє змінювати мову. Слід зауважити, що номенклатура іспанською мовою є значно біднішою й меншою за обсягом, порівняно з англійською та французькою.

Головна сторінка словника французької мови містить ілюстрації, що дають можливість візуальної навігації по 18 тематичних циклах**: astronomie, terre, règne végétal, règne animal, être humain, alimentation et cuisine, maison, bricolage et jardinage, vêtements, parure et objets personnels, art et architecture, communications et bureautique, transport et machinerie, énergies, science, société, sports et jeux, Jouez!**

Тематика поданого матеріалу відтворює передусім широковживану лексику, що є максимальним відображенням сучасного новаторського суспільства, уміщуючи переважно технічну термінологію (ремесла, мистецтво, науки тощо).

Відкриття вікна кожної ілюстрації знайомить нас зі сторінками, де представлені підрозділи вибраної теми. Так, у розділі Astronomie представлені підрозділи:

– Corpscélestes;

– Observation astronomique;

– Astronautique.

У кожній словниковій статті подається ілюстрація до неї та тлумачення назви чи поняття, яке вона представляє. При цьому на екран виводиться перелік термінів, пов'язаних із заданим словом асоціацією ідей. Наприклад:

Corps célestes*désigne toute masse de matière naturelle d'une certaine importance, située dans l'espace.*

Асоціативні слова: Système solaire, Soleil, Lune, galaxie, planètes et satellites, météorite, comète, étoile.

Observation astronomique *– observation des phénomènes qui se produisent dans la sphère céleste.*

Асоціативні слова: *Lunette astronomique, télescope, observatoire astronomique, planétarium, coordonnées célestes, radiotélescope, télescope spatial Hubble.*

Astronautique *– science de la navigation dans l'espace et l'ensemble des activités humaines qui y sont reliées.*

Асоціативні слова: *Sonde spatiale, navette spatiale, lanceur spatial, scaphandre spatial, station spatiale internationale.*

Детальніша енциклопедична інформація піктограми Corps célestes супроводжується схематичними й кольоровими малюнками. Кожне з понять цієї тематики (système solaire, Soleil, Lune, galaxie, planètes et satellites, météorite, comète, étoile) містить дефініцію. Наприклад:

Système solaire*est la région de notre galaxie sous l'influence du Soleil, qui comprend huit planètes, leurs satellites naturels, une planète naine, deux plutoïdes, des astéroïdes et des comètes.*

У свою чергу ця словникова стаття складається з підрозділів: planètes externes, planètes internes,де подаються схеми обертання планет і їхні назви.

Soleil – étoile composée de 92,1 % d'atomes d'hydrogène et de 7,8 % d'atomes d'hélium, autour de laquelle gravitent les planètes; elle représente plus de 99,8 % de la masse totale du Système solaire.

Розділ Soleil в свою чергу включає підрозділи: structure du Soleil, éclipse de Soleil, types d'éclipses.

Lune-unique satellite naturel de la Terre, dénué d'eau et d'atmosphère, dont la surface est très accidentée.

Розділ Lune включає такі підрозділи: relief lunaire, phases de la Lune, éclipse de Lune, types d'éclipses.

Натиснувши на картинку, переходимо на наступну сторінку. Вибравши, наприклад, поняття "phases de la Lune", можна ознайомитися з ілюстраціями до кожної фази місяця, на яких представлені їхні повні назви й короткий опис самого процесу, зокрема, тривалість, характерні ознаки. Наприклад:

Phases de la Lune – changement de l'apparence de la Lune au cours du mois. C'est le résultat du déplacement de la Lune, vue de la Terre, par rapport au Soleil.

Phases de la Lune: nouvelle Lune, premier croissant premier quartier, gibbeuse croissante, pleine Lune, gibbeuse décroissante, dernier quartier, dernier croissant.

Таким чином, відкривши словник, щоб дізнатися про смислове значення слова, ми знайомимося одночасно з лексикою, яка логічно й асоціативно пов'язана зі словом, що нас цікавить. Під ілюстраціями міститься словникова стаття з детальним тлумаченням кожного поняття. Вимова лексичних одиниць і словосполучень відтворюється через піктограму звучання , розташовану під заголовком, що компенсує відсутність транскрипції до слів.

Водночас недоліки проглядаються при розгляді багатозначності слова, відсутня лінгвістична інформація в царині морфології та синтаксису, зокрема, щодо керувань і словосполучення, а також прикладів вживання тощо.

У цілому словник відзначається чіткістю, ясністю та повнотою відтворення значень слів, їхнім раціональним розташуванням. Дефініції слів прості й короткі, немає довгих описів. Головна інформація подається завдяки ілюстраціям у вигляді схем, таблиць, кольорових малюнків. Візуалізовані поняття допомагають швидкому запам'ятовуванню.

Переваги такої організації матеріалу для перекладача, який працює над тематичним текстом, не викликають сумнівів, зокрема при доборі французької термінології.

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

Отже, знання структури лексикографічного порталу Ikonet.com та електронного словника LeVisuel, уява про їхні достоїнства та вади та передусім уміння ними користуватися стануть у пригоді в повсякденній роботі перекладача, що дозволить швидко й радикально підвищити якість перекладу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

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

2. *Перебийніс В. І.* Традиційна та комп'ютерна лексикографія / В. І. Перебийніс, В. М. Сорокін : навч. посіб. – К. : Вид. центр КНЛУ, 2009.

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

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

5. *Dictionnaire Visuel* [Електронний ресурс] // – 2016. – Режим доступу від 14.04.2016: http://www.ikonet.com/fr/ledictionnairevisuel.

Стаття надійшла до редколегії 14.04.2016.

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

ЭЛЕКТРОННЫЙ СЛОВАРЬ *LE VISUEL*: ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ

Рассматриваются особенности французского электронного интернет-словаря Le Visuel. Анализируется структура словарных статей, определяются возможности использования лексикографического рессурса в работе переводчика.

Ключевые слова: *французский язык, энциклопедический портал, электронный словарь, LeVisuel, перевод.*

Andriievska E. N., PhD, Associate Professor
Taras Shevchenko National University of Kyiv

**ELECTRONIC DICTIONARY *LE VISUEL*:
ADVANTAGES AND DRAWBACKS**

The article examines the features of the French electronic online dictionary Le Visuel. The structure of the dictionary articles is analyzed; the possibility of using this lexicographical resource in the translator's work is delineated.

Keywords: *French, encyclopedic portal, electronic dictionary, Le Visuel, translation.*

УДК 811.512.165:323.1 (477)

Арнаут Т., канд. філол. наук, доц.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ
Хюнерлі Б., канд. філол. наук, доц.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ТЕНДЕНЦІЇ МОВНОГО РОЗВИТКУ ГАГАУЗІВ УКРАЇНИ

Присвячено питанню розвитку освіти гагаузів України та проблемам друку підручників із гагаузької мови й літератури. Зроблено аналіз і запропоновано конструктивне рішення щодо вивчення гагаузької мови як у школі, так і в університеті.

Ключові слова: *гагаузи України, освіта, культура, підручники гагаузькою мовою.*

Актуальність цього дослідження визначається тим, що гагаузи України, які живуть переважно на півдні країни, починаючи з XIX ст. н. е., мають різнобарвну історію розвитку. Перебуваючи під тиском декількох країн та урядів, які часто змінювалися, гагаузи, як і українці, змушені були жити з наслідками війни, репресій і голоду. Однак рівень освіти, який насамперед брав свій початок із сімейних традицій, складав основу для різнобічного розвитку й був для гагаузів одним із ключових. Після здобуття Україною незалежності гагаузи, які проживали на її території, почали впроваджувати у систему освіти України, на початкових стадіях, гагаузьку мову як факультатив, а в подальшому – як повноцінний предмет. У 2008 р. гагаузька мова офіційно перейшла на латиницю, а друк навчальних посібників для загальноосвітніх закладів пришвидчив процес вивчення мови. До того ж на 2016 р. заплановано викладання гагаузької мови на кафедрі тюркології КНУ імені Тараса Шевченка, що дасть можливість підготувати фахівців у цьому напрямі. Ці й інші актуальні питання є основою цієї статті.

Метою дослідження є рівень освіти гагаузів України й конструктивне вирішення питань, пов'язаних із вивченням гагаузької мови у вищих навчальних закладах.

Об'єктом дослідження є гагаузькі села й освіта гагаузів України.

Гагаузи, які, як і українці, мають статус[1] корінних жителів України, здебільшого проживають у районах двох географічних областей[2]. Перша з них – це територія Бессарабії, що знаходиться в північній частині кордону між Україною й Молдовою, яка виникла внаслідок розпаду СРСР. Гагаузи проживають на цих етнічно різноманітних територіях у таких населених пунктах, як: села Дмитрівка, Олександрівка, Червоноармійське, Виноградівка, Жовтневе, Залізничне, Табаки Болградського району Одеської області; село Котловина Ренійського району; села Старі Трояни та Новоселівка Кілійського району; села Красне, Малоярославець, Серпне, Підгірне Тарутинського району[3]. Також багато гагаузів проживають у таких районних центрах, як Болград, Рені, Кілія, Ізмаїл та обласному центрі – Одесі. Згідно зі статистикою 2011 р. кількість гагаузького населення, яке проживає в Одеській області, складає 27,6 тисяч людей. Більшість гагаузького населення України складають гагаузи, які проживають в Одесі.

Гагаузи проживають також у таких великих містах України, як Київ (переважно), Харків, Севастополь, Миколаїв. Серед них – сільське населення Одеської області, яке емігрувало до міст для навчання, роботи, військової служби й з іншою метою.

---

[1]Українські гагаузи мають статус корінних жителів, як й інші основні етнічні групи: такі як кримські татари, болгари, росіяни, караїми й ін. Корінні жителі – це спільноти, що проживають на території країни більше, ніж 100 років. Тобто ті, які не емігрували з інших територій, а є, як і українці, місцевим населенням України. Під цю категорію підпадають лише окремі народи [2, 3].

"Корінні народи мають право, колективно та індивідуально, на повне володіння всіма правами людини і основоположними свободами, визнаними у Статуті Організації Об'єднаних Націй, Загальній декларації прав людини та в нормах міжнародного права, які стосуються прав людини" [3].

[2]Нині в Україні проживає 131 етнічна спільнота [5, с. 51].

[3]Гагаузи у деяких селах складають більшість, а в деяких – меншість населення. Гагаузи, що проживають у селах із різноманітних етнічним складом (у Одеській області), знають також й інші мови, якими розмовляють у тій місцевості. Точно так само інші етнічні групи знають гагаузьку мову. Наприклад, у селі Каракурт, де проживають гагаузи, болгари, албанці й українці, використання мов змінюється відповідно до районів села. Водночас тут спостерігається й повне їхнє змішування: нерідко можна почути, як гагаузи, наприклад, розмовляють болгарською, а албанці – гагаузькою. (Б.Х.)

About number and composition population of ODESA REGION
by data All-Ukrainian population census' 2001

The peculiarity of the **national structure** of the population of region is its multinational composition. According to the data of the All-Ukrainian census population, the representatives of more than 133 nationalities and ethnic groups.

The data about the most numerous nationalities of Odesa region are shown in the table:

	Total *(thousand persons)*	as % to the result		2001 as % to 1989
		2001	1989	
Ukrainians	1542.3	62.8	54.6	107.6
Russians	508.5	20.7	27.4	70.7
Bulgarians	150.7	6.1	6.3	90.9
Moldavians	123.8	5.0	5.5	85.6
Gagausians	27.6	1.1	1.0	100.9
Jews	13.4	0.6	2.6	19.4
Belarussians	12.8	0.5	0.8	60.1
Armenians	7.4	0.3	0.2	142.9
Gipsies	4.0	0.2	0.2	104.3
Poles	3.2	0.1	0.2	59.5
Germans	2.9	0.1	0.1	81.0
Georgians	2.8	0.1	0.1	115.8
Azerbaijanians	2.8	0.1	0.1	111.6
Tatars	2.6	0.1	0.1	70.5
Greeks	2.1	0.1	0.1	119.7
Albanians	1.9	0.1	0.1	104.1
Arabs	1.3	0.1	0.0	у 13.2р.б.
Other	45.6	1.9	0.6	у 2.8р.б.

http://2001.ukrcensus.gov.ua/eng/results/general/nationality/Odesa/

Другим районом проживання гагаузів є Запорізька область. У наш час гагаузи проживають у районному центрі міста Якимівка й навколишніх селах цієї області. Через те, що гагаузи емігрували на ці території пізніше, вони дали їм назви сіл Бессарабської області. Гагаузи проживають на території села Дмитрівка (*Azberdallı/Azberda*), у селі Олександрівка (*Karokatlı/Korotka*), що знаходиться у підпорядкуванні Володимирівської селищної ради, і в селищі Максима Горького Якимівського району.

Також у селі Вовчанське Якимівського району існують сліди проживання гагаузів, які, однак, у наші дні розчинилися серед інших етнічних груп. У селі Вовчанське знаходиться пам'ятник воїнам, загиблим у Другій Світовій війні, на якому поіменно вказані воїни-захисники цього села. Серед них зустрічаються також й гагаузькі прізвища: Акинжелі Камбур, Кулаков та інші.

Раніше носії гагаузької мови також проживали й у сусідньому Якимівському, Приазовському районі. Однак не існує жодних даних, які б підтверджували тепер наявність гагаузького населення в селах Дмитрівка, Дівнинське, Георгіївка, Добрівка, Новопокровка й Гамівка. Тутешні гагаузи розчинилися серед інших етнічних груп, переважно болгар та албанців. У Гамівці, де відсоток гагаузького населення в минулому досягав близько 50 %, зараз не проживають гагаузи чи гагаузомовне населення[4]. У згаданих селах зустрічаються лише гагаузькі прізвища (Курогло, Бабогло, Орманджі, Кеменджечі, Топал, Чакир й ін.).

У селах, де відсоток гагаузького населення є достатньо високим, вживається переважно рідна мова. Жителі намагаються використовувати рідну мову в повсякденному житті. Однак, для збереження й розвитку мови цього недостатньо. Через те, що у період Радянського Союзу зовсім не існувало викладання рідної мови, не було сформовано літературної мови, а її розвиток залишався лише на рівні розмовної, гагаузька запозичила багато слів і закінчень із російської, що вплинуло й на будову її речень. На той період навіть розмовна мова була на межі зникнення. Причинами цього стали швидке поширення ЗМІ у сімейному побуті населення, недостатній рівень вивчення рідної мови, зниження національної свідомості населення, практична недоцільність вивчення гагаузької мови. Серед цих факторів можемо також наголосити на недостатній підтримці урядом України малих народних та етнічних об'єднань. І, як наслідок, усе це призвело до того, що гагаузькій мові не надавалося потрібного значення, а гагаузи втрачали інтерес

[4]Ці дані зібрано мною у Якимівському та Приазовському районах під час експедицій до сіл 7–11 січня 2016 р. (Б. Х.)

до вивчення власної мови. Відповідно до статистичних даних 2011 р., 71,5 % гагаузів зазначили рідною мовою гагаузьку, 3,5 % – українську, 22,7 % – російську, 2,3 % – інші мови [6].

Алфавіт і дослідження алфавіту. До 1957 р. у гагаузів, які проживали на території Буджаку, не було власного алфавіту. У написаних чи перекладених гагаузьким релігійним лідером Михайлом Чакиром творах використовувалися латиниця й кирилиця, однак вони не набули офіційного статусу. 30 липня 1957 р. Верховною Радою Молдавської РСР було затверджено гагаузький алфавіт, розроблений Д. Танасоглу та Л. А. Покровською на основі кирилиці. Після розпаду Радянського Союзу меджліс Автономної Гагаузької області 29 січня 1993 р. прийняв рішення про перехід на латиницю, проте процес переходу просувався повільно. 13 травня 1993 р. рішенням парламенту Молдовської Республіки номер 1421-XII був прийнятий проект алфавіту. 26 січня 1996 р. Народний Меджліс Гагаузії ратифікував це рішення. Починаючи з 1 вересня 1996 р., викладання в школах гагаузькою мовою почало здійснюватися на основі латиниці [7, с. 83].

На той час гагаузи, які перебували у складі України, не мали можливості перейти на латиницю. Адже основою української мови, державної мови України, є кирилиця. У часи Радянського Союзу українські гагаузи теж користувалися цією абеткою. Шкода, що в той час, коли гагаузи Молдови перейшли на латиницю, гагаузи України, які мешкали в межах іншої держави, не змогли приєднатися до цього переходу та продовжили використовувати кирилицю. Через це на різних рівнях погіршилася співпраця між гагаузами України та Молдови.

За таких обставин гагаузи України виступають із багатьма ініціативами. Аби зберегти свою мову, вони спираються на закон України про освіту національних меншин. У більшості гагаузьких сіл у школах двічі на тиждень викладається гагаузька мова. А підручники для початкової та середньої школи хоч і друкуються українською – державною мовою України, перекладена гагаузькою навчальна програма друкується і кирилицею, і латиницею. Такий крок є прикладом переходу до латинської абетки[5].

[5]Програма *для загальноосвітніх навчальних закладівз українською мовою навчання.* Гагаузька мова та читання 1–4 класи. Міністерство освіти і науки України. Чернівці : Видавничий дім,"Букрек", 2007.

Програма *для загальноосвітніх навчальних закладів з українською мовою навчання.* Гагаузька мова та читання 5–12 класи. Міністерство освіти і науки України. Чернівці : Видавничий дім "Букрек", 2005.

Такі заходи вважалися першими кроками до переходу на латиницю. Союз гагаузів України кілька разів подавав запит до уряду України щодо переходу гагаузької мови на латиницю. Однак нестійке політичне становище держави та незлагоджена робота уряду завадили втілити ці запити. Оскільки перехід гагаузької мови на латинцю не суперечив закону України, українські гагаузи прагнули, аби він був реалізований. Як наслідок, увесь цей процес відкинув українських гагаузів на 12 років назад і значно віддалив їх від Туреччини й інших країн тюркського світу.

Нарешті, унаслідок довготривалих процесів, відповідно до закону *№ 10015/3/1-08 від14.04.2008* згідно з рішенням Кабінету Міністрів, підписаним заступником міністра *23.04.2008,* гагаузи України перейшли на латинську абетку. Згідно з цим документом гагаузи почали використовувати латинський алфавіт з 2008–2009 навчального року. Перехід на латинську абетку здійснено завдяки підтримці багатьох державних органів, а особливо – Академії Наук України, що є центральним органом науки й освіти України.

У розвитку цієї ініціативи важливе значення мали також культурні й наукові заходи, організовані Одеським об'єднанням "Бірлік", що є відомим своєю роботою, спрямованою на підтримку гагаузів України. Ця спілка, що активно сприяє вивченню гагаузької мови та збереженню гагаузької культури, а також її голова Петро Волков відіграли значну роль у переході гагаузької мови на латинську графіку.

Розвиток рідної мови гагаузів, які проживають в Україні. Співпраця між Молдовою та Україною відбувається в багатьох сферах. Навіть у найтяжчі дні ці країни, незважаючи на утиски інших держав, допомагали одна одній. Однак гагаузи, розділені кордонами двох країн, не мали змоги підтримати своїх побратимів.

Гагаузи, які проживають на території Одеси, намагаються зберегти свої звичаї, історію й рідну мову. Вони вважають, що саме завдяки рідній мові можна вберегти народ він зникнення, із надією дивитися у прийдешнє.

Однак збереження і збагачення рідної мови пов'язане з двома факторами:

1. Використання усної мови народом.

2. Вивчення й розвиток мови різними засобами.

На превеликий жаль, за часів Радянського Союзу українські гагаузи не мали уроків рідної мови[6]. У Молдавії урядом МРСР був прийнятий закон від 16 листопада 1957 р., відповідно до

[6]За рік до розпаду Радянського Союзу, а саме в 1989–1990 навчальному році, гагаузи України отримали право вивчати гагаузьку мову як предмет за вибором (Т. А.).

якого гагаузи нарешті змогли отримувати освіту рідною мовою [8, с. 275]. Початок друкування книжок гагаузьких авторів у Молдавії в 1960-х рр. був ніби промінням надії на те, що українські гагаузи зможуть відвідувати заняття рідної мови в Україні[7]. Проте ситуація була незмінною аж до 1991 р.

У цей період українські гагаузи отримували книжки гагаузькою лише від своїх братів із Молдови.

Наприклад, гагаузи України почали вивчати гагаузьку як предмет за вибором лише після 1991 р. у селі Курчу (Виноградівка), коли у школі викладачем стала Ольга Кулаксиз. Із 1992–1993 рр. гагаузьку мову включено до шкільної програми, її почали вивчати в інших гагаузьких школах. Проте виникли певні перешкоди, пов'язані з цим нововведенням.

Найважливіше питання стосувалося пошуку професійних викладачів. У вирішенні цієї проблеми допомогли носії мови, які почали працювати викладачами навіть на волонтерських засадах. Викладачі-волонтери, які не отримали педагогічної освіти, повинні були працювати самостійно й перед кожним заняттям готували нову програму. Також вони зіштовхнулися з проблемою недостатньої кількості книжок, окрім цього батьки учнів говорили, що вивчили рідну мову на рівні спілкування, і цього досить їм і їхнім дітям: "Ми не вивчали гагаузьку мову, і якщо нашим дітям даватимуть домашнє завдання, то ми не зможемо їм допомогти". Викладачі гагаузької викладали не лише мову, а також історію гагаузького народу тощо[8]. Слід ще раз зазначити, що всі ці вчителі викладали українським гагаузам на волонтерських засадах.

До того ж відчувалася з одного боку відсутність навчальних матеріалів, з іншого ж виникало питання щодо непатріотично налаштованого населення. Питання було настільки гострим, що батьки з недовірою відпускали дітей на заняття.

---

[7]Після того, як гагаузи Молдавії отримали автономію, вони сформували власне законодавство, створили бібліотеки, університети, професійно-технічні училища, бібліотеки, друкарні, видання; сформували систему освіти, отримали змогу вивчати рідну мову. Гагаузи України не друкували власних книг гагаузькою до 2008 р.Лише завдяки одеській державній друкарні "Маяк" було видано декілька книг різної тематики (Т. А.).

[8]Нині батьки не сприймають уроки рідної мови. Вони вважають, що, не маючи практики мови, не зможуть допомогти дітям, а отже, ті не складуть цей предмет. Саме тому батьки відправляють дітей у школи, у яких нема гагаузької. Це справжня проблема: за словами голови гагаузів України Василя Кельоглу, у кожному селі близько 40 сімей ставляться до вивчення рідної мови так негативно (Б. Х.).

Відповідно українські гагаузи, які отримували освіту рідною мовою, зобов'язані цим своїм викладачам, які з усіх сил захищали цей процес і продовжували викладати: у селі Кубей – Іван Кіор та Анна Казан, у селі Сатилик Хаджи – Зінаїда Парасківа, Людмила Веліксар; у селі Дмитрівка – Іванна Караджа, Надія Йоргачева, Катерина Ігнатова, Надія Куроглу, у селі Балбока – Лілія Арабаджи; у селі Ескі Троян – Наталія Мусафір. Деякі з цих викладачів вийшли на пенсію.

Для того, щоб українські гагаузи продовжували отримувати пари рідної мови, не вистачало лише викладацьких зусиль. Аби порушити питання про вивчення гагаузької на більш науковий рівень, потрібно було організовувати педагогічні семінари. Так, у семінарі "Розвиток та підвищення рівня кваліфікації викладачів", організатором якого є відділ Розвитку та освіти Міністерства освіти та науки України в Одесі, почали брати участь викладачі гагаузької мови. Викладачі отримали необхідні знання з педагогіки та методики викладання рідної мови, стали справжніми професіоналами в цій галузі [5, с. 56].

Уперше в 2006 р. 16 викладачів гагаузької мови взяли участь у 16-денному семінарі, організованому на кафедрі тюркології Інституту філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка, що мав назву "Викладання турецької та гагаузької мов". Семінар проводився гагаузькою мовою. Завдяки цьому відбулося ознайомлення з педагогічними та науковими працями, пов'язаними з культурою, історією, літературою й мовою гагаузів, а також на академічному рівні було засвідчено важливість вивчення гагаузької мови.

Під час цього семінару викладачі кафедри тюркології вперше дізналися про подібність турецької та гагаузької мов, а також про їхній вплив одна на одну; упродовж семінару викладачі отримали цінні відомості. Після завершення семінару всім учасникам було видано сертифікат кафедри тюркології, підписаний директором Інституту філології КНУ імені Тараса Шевченка професором Г. Ф. Семенюком.

Також 30 листопада 2007 р. був організований круглий стіл "Проблеми та перспективи у вивченні гагаузької мови та літератури в школах"на кафедрі тюркології Інституту філології КНУ імені Тараса Шевченка. Під час круглого столу було обговорено такі питання:

- Сьогодення, майбутнє та минуле гагаузької мови.
- Викладання гагаузької мови в школах, труднощі, що виникають під час уроку, та їхнє вирішення.
- Позакласна освіта: труднощі та перспективи.

- Викладання гагаузької мови очима викладача.
- Підготовка книг з літератури для українських гагаузів.
- Вплив гагаузької мови на учнів.
- Користь тижневих шкіл.

Круглий стіл (гагаузькою *томбарлак маса*) був організований спільно з кафедрою тюркології Інституту філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка, "Союзом гагаузів України" та Державним комітетом України у справах релігії. Уперше викладачі гагаузької зібралися за круглим столом для обговорення питань, що виникають у процесі викладання мови, та змогли подати документи на отримання наукової кваліфікації [5, с. 57].

У 2006, 2010 і 2012 рр. були організовані наукові заходи "Тюркські народи України", під час яких були обговорені питанні, пов'язані з українськими гагаузами. Матеріали, отримані внаслідок заходу, видані у вигляді книги для широкого загалу й державних структур. У цьому заході взяла участь велика кількість викладачів і спеціалістів із гагаузької мови.[9]

Насправді максимум зусиль було докладено для того, аби вивести гагаузьку мову на академічний рівень. Для підготовки навчальних матеріалів і розвитку мови потрібно включити гагаузьку до переліку академічних дисциплін. Нині ж існує необхідність у кваліфікованих викладачах гагаузької мови. Адже потрібно, аби на зміну сільським викладачам, які йдуть на пенсію, і тим, хто працює на волонтерських засадах, прийшло нове покоління, яке отримало професійну освіту. У зв'язку з цим у 2016–2017 н. р. було прийняте рішення щодо відкриття спеціальності "Гагаузька мова і література" в межах кафедри тюркології Інституту філології КНУ імені Тараса Шевченка.

Студенти вивчатимуть разом із гагаузькою ще й англійську й турецьку мови. Таким чином, гагаузька, яку викладають на кафедрі гагаузької мови і літератури в університеті міста Комрат (Молдова-Гагаузія), вийде на академічний рівень ще в одному місті світу. Це важливий крок для розвитку гагаузької мови.

Вивчення рідної мови у школах та друкування освітніх книг. Гагаузи, які проживають в Одеській області, одночасно вивчають 4 мови, починаючи з першого класу. Серед них – їхня рідна мова – гагаузька, державна мова – українська, також російська, якою володіє переважна частина населення, та одна іноземна мова (англійська чи німецька), обов'язкова за навчальною програмою.

[9]Для викладачів гагаузької були організовані різноманітні круглі столи й наукові семінари (Т. А.).

Українські гагаузи вивчають рідну мову двічі на тиждень у таких селах[10]: Кубей (Червоноармійське), Балбока (Котловина), Сатилик-Хаджи (Олександрівка), Курчу (Виноградівка), Ескі Троян (Старі Трояни), Дмитрівка. На наступному етапі Союз гагаузів України планує збільшити кількість сіл, у школах яких викладають гагаузьку мову, і відкрити курси гагаузької мови в обласних центрах України (перш за все – в Одесі).

Одним із інших радісних здобутків є підвищення цікавості до вивчення рідної мови й у дитячих садках. Тут разом із українською й російською важливе місце займає й гагаузька мова. Так, у 2015 р. у дитячому садку села Курчу Болградського району як експеримент почалося вивчення гагаузької мови. Більше того, гагаузькою латиницею надруковано навчальні книги для першого класу, що також містять у собі повчальні вірші та можуть використовуватися й у садочках[11].

Важливо зазначити те, що за останній час було налагоджено друк книг для вивчення гагаузької мови, хоч і невеликими обсягами. Однак фінансування шкільних підручників, надрукованих у межах навчальної програми для національних менших, затвердженої Міністерством освіти України, є недостатнім[12]. Переважна частина книг друкується за ініціативи та матеріальної підтримки "Союзу гагаузів України"[13]. Також учням разом зі шкільними підручниками пропонується вивчати перекладені гагаузькою мовою вірші відомих українських поетів та українські народні казки, що дозволяє забезпечити навчання одразу двома мовами.

Кожного року організовується традиційне свято "Рідної мови". Гагаузькі школярі теж беруть участь у цьому заході. У рамках свята організовується конкурс між учнями віком 3–15 років при обласному відділі освіти, а найуспішніші зі школярів нагороджуються.

---

[10]Це стосується гагаузів, що проживають в Одесі. Гагаузи, що проживають в Запоріжжі, не вивчають рідної мови (Б. Х.).

[11]Насправді досі не видано книгу про викладання гагаузької в дитсадках (Т. А.).

[12]Раніше як матеріал для уроку використовували копії підручників, виданих у Гагаузія Йері, в Молдові. Ці книги, які в Україні існували лише у скопійованому вигляді, були підготовлені відповідно до системи освіти Молдови, у них відчувався вплив іншої культури. Вони не були вирішенням проблеми. Однак із часом почалося видавництво нових книг. Матеріал, що містився в них, був змінений відповідно до культурного фону гагаузів України, саме тому надруковані книги були насправді якісними (Б. Х.).

[13]Продовжується співпраця між "Міністерством у справах тюрків, що проживають за кордоном, та споріднених спільнот" і "Союзом гагаузів України" щодо вже надрукованих українськими гагаузами підручників чи підручників, що ще заплановані до друку. Її ціллю є налагодження систематичного та безпроблемного книгодрукування гагаузькою мовою (Т. А).

Варто також зазначити, що після переходу українських гагаузів на латинську графіку Гагаузія подарувала гагаузьким школам України серію книг рідною мовою в межах співпраці між "Союзом гагаузів в Україні" й "Національним відділом освіти Гагаузії".

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Argunşah Mustafa, Hülya Argunşah* (2007), Gagauz Yazıları, Türk Ocakları Kayseri Şubesi Yayınları, Kayseri.

2. *Arnaut Tudora* (2010), "Ukrayna Gagauzları Arasında Ana Dilin Gelişmesi", Gagauz Türkçesi Araştırmaları 27–29 Aralık 2007, TDK Yayınları, Ankara.

3. *Chirli Nadejda* (2008), "Gagauz Edebiyatında Dionis Tanasoğlu'nun Yeri", Turkish Studies, Volume 3/7 Fall, s.271-291.

4. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://2001.ukrcensus.gov.ua/eng/results/general/nationality/Odesa/.

5. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.agatov.com/old/national%20of%20Crimea/may-2004/Voite-19.htm.

6. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://polit.ua/articles/2010/04/08/gagauz.html, erişimtarihi: 23.02.2016.

7. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/ indigenous_rights.shtml,

8. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://2001.ukrcensus.gov.ua/eng/results/general/language/.

Стаття надійшла до редколегії 14.04.2016.

Арнаут Т., канд. филол. наук, доц.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев
Хюнерли Б., канд. филол. наук, доц.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

ТЕНДЕНЦИИ ЯЗЫКОВОГО РАЗВИТИЯ ГАГАУЗОВ УКРАИНЫ

Посвящена вопросу развития образования гагаузов Украины и проблемам печати учебников по гагаузскому языку и литературе. Проведен анализ и предложено конструктивное решение по изучению гагаузского языка как в школе, так и в университете.

***Ключевые слова**: гагаузы Украины, образование, культура, учебники гагаузского языка.*

Arnaut F., PhD, Associate Professor
Hunerli B., PhD, Associate Professor
Taras Shevchenko National University of Kyiv

THE LANGUAGE DEVELOPMENT TREND OF THE GAGAUZ OF UKRAINE

The article deals with the issue of the development of education of the Ukrainian Gagauz, as well as the problem of publication of books in the Gagauz language and literature. The article provides the analysis and puts forth a constructive solution as to the learning of the Gagauz language both at school and university levels.

Keywords:*the*Gagauz of Ukraine, education, culture, books in the Gagauz language.

УДК 80'39–316.77

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

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ВИВЧЕННЯ МЕДІАРИТУАЛУ У ЛІНГВОПРАГМАТИЧНОМУ ВИСВІТЛЕННІ

Присвячено огляду й аналізу сучасних теорій медіаритуалу, зокрема підходів, які розвиваються в річищі медіа антропології і, ширше, теорії спектаклю та тлумачення комунікації як ритуалу. Виділяються категорії й ознаки медіаритуалу, його типи. Поняття медіаритуалу пов'язується з поняттям медіаподії. Пропонується розгляд медіаритуалу в лінгвопрагматичній площині.

Ключові слова: *медіаритуал, медіаподія, медіа антропологія, комунікація, лінгвопрагматика.*

Вивчення комунікації в різних її аспектах і проявах залишається одним із пріоритетних напрямів гуманітарних, соціальних, лінгвістичних досліджень останніх десятиліть. Такі дослідження орієнтовано як на аналіз особливостей організації комунікативного процесу в різних сферах життя суспільства, так і на виявлення та визначення певних універсальних соціокультурних форм і структур комунікації, що є основою організації та функціонування людських спільнот. До таких історично сформованих видів комунікації належить, насамперед, ритуал у його різних проявах – від сакральних практик і церемоніальних дійств до звичайних форм спілкування. Інтерес до ритуалу виник насамперед в етнографії й антропології (Е. Дюркгейм, А. Ван Геннеп, Б. Малиновський, Е. Ліч, М. Мосс, А. Радкліфф-Браун, У. Робертсон-Сміт, Дж. Фрейзер, К. Леві-Строс) і став також одним із найактуальніших об'єктів вивчення в культурології (М. Еліаде, В. М. Топоров), соціології, психології та їхніх сучасних відгалуженнях, таких як соціальна антропологія, соціальна психологія, мікросоціологія і т. п. (Е. Гоффман, Ф. Лардельє, В. Тернер, Р. Коллінз, Р. Граймс, Д. Кертцер, С. Мур, Б. Майєргоф, А. К. Байбурін). Із погляду методології дослідження, ритуал розглядався у функціональному, структуралістському та постструктуралістському, постмодерністському руслах, у межах теорії практик, соціокультурологічної парадигми, теорії комунікації, а також в історичній і сучасній перспективах.

Саме з появою праць Е. Гофмана, у яких уперше поняття ритуалу набуло чітко вираженого світського характеру, було привернуто увагу до комунікативного виміру ритуальних форм організації суспільного життя, виник інтерес до ритуалу як способу комунікації. Учений визначає ритуал як діяльність, яка хо-

ча і є неофіційною і світською, являє собою спосіб, у який людина повинна охороняти і створювати символічне приховане значення для своїх дій в безпосередній присутності об'єкта, який має особливе значення для неї [11, с. 478].

У цьому плані особливий інтерес учених привертає вивчення ритуалу в сучасних сферах діяльності людини, серед яких слід виділити медіа, особлива значимість яких у житті суспільства призвела останнім часом до появи окремих наукових напрямів і дисциплін, таких як медіалогія (Р. Дебре, Н. Б. Кирилова), медіативістика (О. І. Соловйов), медіалінгвістика (Т. Г. Добросклонська, Е. В. Будаєв, Т. В. Шмельова, Л. І. Шевченко) та інші, дослідження явища медіатизації (С. Лівінгстоун, Н. Коулдрі, К. Лундбі, С. Хьярвард та інші; див. зокрема [15]).

Поняття медіалогії ввів до наукового обігу Р. Дебре, який надав йому широкого значення методу аналізу для розуміння передачі в часі певної інформації, оригінального способу пізнання, який полягає у прив'язці історичного явища до медіацій, інституційних і практичних, які його уможливили. Як зазначають дослідники-медіологи, "ми діємо у царині медіалогії щоразу, коли виявляємо кореляції, що пов'язують символічний корпус (релігію, доктрину, художній жанр, дисципліну) із колективною формою організації (церквою, партією, школою, академією) і технічною системою комунікації (збором інформації, архівуванням та обігом слідів). Простіше кажучи, це відбувається, коли ми поміщаємо онлайн щось сказане та спосіб, яким це було здійснено та який дає змогу переказати це сказане знову" [16]. Це, як зазначає Р. Дебре, ще невизначена зона взаємодії техніки і культури або інтерференцій між нашими техніками меморізації, передачі та перенесення, з одного боку, і наших способів віри, мислення й організації, з іншого [10].

Іншим філософсько-методологічним підходом, який показав тісний зв'язок медіа в широкому тлумаченні й ритуалізованих практик сучасного суспільства, стали міркування Г. Дебора про суспільство спектаклю. Дослідник зауважує, що все життя суспільств, у яких панують сучасні умови виробництва, проявляється як неосяжне нагромадження спектаклів. Усе, що раніше переживалося безпосередньо, тепер відсторонюється в бік вистави. Образи, які відшаровуються від кожного аспекту життя, зливаються в одному безперервному русі, у якому єдність цього життя вже не може бути відновленою. Реальність, що розглядається частинами, розгортається у своїй узагальненій єдності як особливий псевдо-світ, що підлягає лише споглядання. Спектакль одночасно є і саме суспільство, і час-

тина суспільства, й інструмент уніфікації суспільства. Він є осердям нереальності реального суспільства. У всіх своїх приватних формах, будь-то інформація або пропаганда, реклама або безпосереднє споживання розваг, спектакль конституює наявну модель переважаючого в суспільстві способу життя [1, с. 1–6]. Така спектакуляризація сучасного суспільного життя відбувається передусім завдяки все більшому поширенню медіа та сучасних інформаційних технологій.

Із таким трактуванням явища спектакуляризації перегукується тлумачення ритуалу як комплексної комунікативної форми взаємодії Е. Ліча, який використовує для представлення своєї концепції метафору оркестру: "Саме такого роду "згущення" і асоціації я маю на увазі, коли говорю, що виконання оркестрової музики до певної міри дає нам корисну умовну модель того, що відбувається в ході будь-якого ритуалу" [Там само, с. 54]. Ідеться про те, що дослідник називає спільним комунікативним досвідом, який учасники ритуалу переживають разом через сукупність різних сенсорних каналів – вербальних, музичних, хореографічних і візуально-естетичних. Ритуал у його концепції постає як упорядкована послідовність метафоричних подій всередині певного простору, території, облаштованих так, щоб забезпечити метафоричний контекст даної ігрової дії. Беручи участь у такому ритуалі, учасники отримують усі ці сенсорні повідомлення одночасно, "згущаючи" їх в єдиному досвіді, який описується як "присутність на весіллі" або "присутність на похоронах" [2, с. 53].

Метою цієї статті є встановлення основних напрямів і підходів до вивчення ритуалу як медіа явища й обґрунтування комплексного семіокомунікативного підходу до його вивчення, адже дослідження усталених форм комунікації в такому складному соціокультурному середовищі як медіа вимагає, перш за все, міждисциплінарного підходу та використання наукового апарату різних дисциплін. До таких підходів, пропонованих останнім часом для аналізу медіакомунікацій, відноситься, перш за все, антропологічний. При цьому комунікація через ЗМІ розглядається, в першу чергу, як ритуалізована форма діяльності [7]. Засновником такого підходу можна по праву вважати Дж. Карея, який виклав своє бачення комунікації як двоїстого за своєю суттю явища передачі інформації і соціального ритуалу, виділивши при цьому ритуал як основоположний в організації суспільства і діяльності індивіда [4].

Аналізуючи засади сучасних досліджень комунікації, Д. Карей виділяє трансмісійне й ритуальне бачення комунікації, зазначаючи, що обидва визначення випливають багато в чому як із світської культури, так і з релігійної царини, хоча вони відносяться до дещо різних сфер

релігійного досвіду. Із погляду вченого, ритуальне бачення комунікації є найдавнішим і пов'язано з такими термінами, як "обмін", "участь", "об'єднання", "спілкування", "наявність спільної віри", "спільність", "співтовариство". "Ритуальне бачення комунікації, – пише дослідник, – спрямовано не в бік поширення повідомлень у просторі, але в напрямі підтримки спільноти в часі; це не акт розповсюдження інформації, а наявність спільних переконань і вірувань. Якщо архетипний випадок спілкування, згідно з трансмісійним баченням, є поширення повідомлень у просторі з метою контролю, архетипний випадок ритуальної комунікації є священною церемонією, що приваблює людей до взаємного спілкуванні та об'єднання" [4, с. 12, 15]. Отже, із погляду ритуалу, комунікація – це процес, за допомогою якого створюється, модифікується і трансформується спільна культура. Ритуальне бачення комунікації спрямовано на підтримку суспільства в часі (навіть якщо деякі вважають, що ця підтримка характеризується пануванням і, отже, не є легітимною); це не акт поширення інформації або впливу, а створення, представлення та прославлення спільних переконань, навіть якщо вони ілюзорні [4, с. 33].

Основою дослідження Дж. Карея є сучасні медіа, у яких учений вбачає одну з основних сфер комунікації як ритуалу. Ця робота, поряд із дослідженнями різних форм ритуалу в медіа таких учених, як Е. Кац і Д. Даян, Г. Тачмен, Г. Т. Геталз, Дж. Лалл, Д. Морлі, Д. Шинар, А.І. Черних, а також солідною теоретичною базою вивчення ритуалу в антропології, соціології, психології, культурології, стала основою для розвитку нового напряму у вивченні ЗМІ – медіа антропології, серед засновників і розробників якого, крім перерахованих вище, слід назвати таких учених, як М. Коман, Е. Ротенбулер, Н. Коулдрі, Дж. Алекзендер, Р. Джекобс, Т. Лібз, Б. Зелізер, Г. Вайман, Дж. Фіске, Д. Келлнер, С. Коттл, Ф. Кроц, Ю. Вілке, Д. Холмс та ін.

М. Коман та Е. Ротенбулер дотримуються думки, що медіа антропологія бере початок з антропології сучасного суспільства та значною мірою спричинена культурологічним поворотом у дослідженні засобів масової інформації. Крім цього, із погляду вчених, основна увага медіа антропології більше прикута не до "екзотичного" а до мирського, не до "місцевої" а до штучно створеної культури, але при цьому зберігає методологічні та концептуальні здобутки більш ранньої антропологічної традиції [5, с. 1]. Н. Коулдрі виділяє три загальні підходи до "ритуалу" в антропології. Відповідно до них ритуал можна розуміти як звичну повторювану дію, формалізовану дію та дію, що включає надприродні / вищі цінності [8, с. 60].

Одним із перших тлумачень ритуалу в діяльності ЗМІ було введене Г. Тачмен поняття "стратегічного ритуалу" як стандартизованої методики, процедури у роботі журналістів, що забезпечує її об'єктивність [17]. Так само інші вчені, такі як Г. Геталз, Дж. Лалл, Д. Морлі, вважають регулярний перегляд телевізійних програм, періодичне читання газет або любовних романів ритуальною поведінкою [5, с. 4]. Дослідження медіакомунікації, передусім друкованих ЗМІ і зокрема газет, має бути сфокусоване на ряді проблем, які, з погляду Дж. Карея, зможуть виявити ритуальний бік комунікації. Так, наприклад, читання газети в такій перспективі розглядатиметься не стільки як відправка або отримання інформації, а як відвідання меси, тобто ситуації, у якій зображується та підтверджується конкретний погляд на світ, але в якій ми не дізнаємося нічого нового. Читання і написання новин – це ритуальний акт, який до того ж є драматичним. Те, що згодом представляється читачеві, не є чистою інформацією, а є зображенням протистояння світових сил. До того ж, читаючи газету, її читачі беруть участь в постійній зміні ролей або драматичної спрямованості [4, с.16].

На думку Н. Коулдрі, медіаритуали, у більш широкому сенсі, належать до ряду ситуацій, коли самі ЗМІ є частиною чогось більш значущого, тобто того, що стосується фундаментального організаційного рівня, на якому ми знаходимось, або уявляємо, що знаходимось, будучи взаємозв'язаними як члени суспільства. Також термін "ритуал" є набагато більш гнучким, ніж здається. Найчастіше його пов'язують із соціальною інтеграцією, залученням до соціального життя. Це бачення ритуалу бере свій початок упрацях відомого французького соціолога Еміля Дюркгайма. Однак існують також інші інтерпретації ритуалу. Так, такі теоретики антропології, як Моріс Блок і П'єр Бурдьє, пов'язують ритуал не з концепцією "спільноти", а з управлінням конфліктами й маскуванням соціальної нерівності. Для розуміння медіаритуалу необхідно переосмислити саме поняття ритуалу та зв'язки, які він встановлює, наприклад, між владою сучасних медіаструктур і сучасними формами правління. Дуже часто теоретики, які вивчають ЗМІ, аналізували лише найдраматичніші чи найпоказовіші приклади могутності засобів масової інформації (трансляція таких значущих подій, як коронації чи державні похорони) у відриві від питань управління. Як стверджує Арман Маттлар, результатом цього є недооцінка ролі засобів масової інформації в сьогоднішньому світі, і, отже, неправильне розуміння внеску засобів масової інформації до ритуального виміру сучасності [8, с. 62–64].

Зокрема, Н. Колудрі дає таке визначення медіаритуалу: "Медіаритуали – це дії, які здатні підміняти широкий спектр значень і основ їхнього розуміння через медіа. Цей зв'язок працює так: (i) формалізовані дії, включаючи медіа ритуали, структуруються навколо певних, пов'язаних зі ЗМІ, категорій; (ii) ці категорії кодують або підміняють основоположне "значення", пов'язане з медіа; (iii) це "значення" пов'язано з відчуттям того, що засоби масової інформації представляють "соціальне" (вони є нашою "точкою доступу" до соціального простору)" [8, с. 64].

Щоб проілюструвати відмінність між світом ЗМІ та повсякденням, дослідник наводить як приклад організацію ритуалізованих зустрічей із зірками, коли відбувається поділ на "медіаособистостей" (або знаменитостей) і "звичайних людей". Такий поділ відображає ієрархію між людьми / речами / місцями "в" медіа, які знаходяться "над" людьми / речами / місцями "не в" медіа. Ця ієрархія, у свою чергу, зміцнює особливий статус ЗМІ. Медіаритуали не стільки підтримують впорядкованість життя, скільки натуралізують його. У медіа виставах відбувається формалізація категорій, а також відмінностей або меж між категоріями, що допомагає їм здаватися природними, навіть виправданими; у цьому випадку йдеться про відмінності між межами і категоріями, на яких, очевидно, ґрунтується "природна" соціальна виправданість медіа інституцій [8, с. 64–65].

Н. Колудрі зазначає, що основними локаціями, де відбуваються медіаритуали є: місця, де люди переходять з немедійного світу в "медіа світ" (кіностудії чи будь-які місця, де створюється кіно- і медіапродукція); місця, де немедійні люди очікують зустріти людей із медіа (наприклад, знаменитостей); моменти, коли немедійні люди грають на камеру. Дослідник робить висновок, що ЗМІ стали точкою доступу до "центру" суспільства. На його думку, можна виділити ряд патернів поведінки, пов'язаних із медіаритуалами: люди відступають або прориваються вперед, побачивши знаменитість; радісно викрикують, коли визнається їхня присутність у "прямому ефірі"; призупиняються, перш ніж вони ввійдуть у місце, пов'язане із засобами масової інформації, ніби побачивши "межу", яку вони перетинають; виступи медійних особистостей, коли вони ніби визнають свою особливість перед натовпом немедійних людей; виступи немедійних людей, коли вони знаходяться в певному типі формалізованого медіаконтексту, такого як ток-шоу [8, с. 65–67].

У свою чергу Паскаль Лардельє вважає, що основними функціями медіаритуалу є: а) функція "свідчення", тобто відображення певних подій у ЗМІ є свідоцтвом того, що це відбулося, ніби забезпечуючи їх достовірність і справжність; (б) медіаритуал надає події монументальності, формуючи офіційне зображення, яке збереже колективна пам'ять; (в) засоби масової інформації, як правило, легітимізують події, які вони ретранслюють; (г) за взаємною згодою представників влади та задіяних ЗМІ припиняється або змінюється регулярна програма і транслюється подія, яка видається історичною (наприклад церемонії поховання принцеси Діани та матері Терези); (д) медіаритуали "задають вектор" ритуальним подіям, чия аудиторія є часто невизначеною, або глобальною (наприклад благословення Папи Римського з площі Святого Петра), адже з появою телебачення, сотні мільйонів людей можуть брати в цьому участь; (ж) медіаритуали драматизують висвітлення події [14, с. 68–81].

У більшості досліджень поняття медіаритулу пов'язано з поняттям медіаподії. Із погляду Е. Каца, подія як така є центральним явищем у житті індивіда, родини, спільноти: це дні народження, річниці, свята тощо. Водночас для медіаподії обов'язковим є елемент високої драми чи ритуалу, що надає самому процесу емоційного та символічного навантаження. Дослідник зазначає, що медійна подія, яка відбувається поза медіапростором, може бути трансформована у процесі ретрансляції. Зокрема, може бути підсилений елемент драматичності події (наприклад за рахунок непередбачуваної розв'язки), її символічність. На думку дослідника, ключовими елементами медіаподії є: (1) трансляція "наживо", (2) попередня спланованість заходу, (3) оформленість в часі і просторі, (4) наявність героїчної особистості або групи, (5) високе драматичне або ритуальне значення і (6) сила соціальної норми, яка робить перегляд обов'язковим [13].

Ритуальні медіаподії, виходячи з їх розуміння Д. Даяном і Е. Кацом, а також доповнені С. Коеном, Дж. Фіске, Т. Лібз, Дж. Луллом, Дж. Алекзендером і Р. Джекобсом, можуть бути класифіковані як "урочисті медіаподії", "моральна паніка", "конфліктні медіаподії", "медіа катастрофи", "медіа скандали" і "медіатизовані суспільні кризи " [12].

Різницею між новинами та медіаподіями є те, що останні є заздалегідь спланованими. Наприклад, убивство Дж. Кеннеді було новиною, а його похорон був медіаподією. Крім того, Е. Кац виділяє три типи медіаподій: "героїчна місія" – які належать як до вирішення конфліктів, так і до героїчних вчинків в ім'я людства (висадка на Місяць, візит Р. Ніксона до Китаю);

"урочистий випадок", що позначає початокабо закінчення епохи (наприклад, похорон В. Черчилля, підписання мирної угоди між Ізраїлем і Єгиптом); "змагання/суперництво", коли протистояння має символічне значення (дебати між Дж. Кеннеді та Р. Ніксоном, Чемпіонат світу з футболу, Євробачення) [13].

Із погляду Д. Даяна та Е. Каца, медіаподії, як форма ритуалу, стали чинником соціальної інтеграції: у лімінальні моменти цілісність і одночасність не є зв'язаними, організатори і транслятори резонують один з одним; конкуруючі канали зливаються в одне ціле; глядачі знаходяться одночасно в різних місцях. Усі погляди спрямовано на церемоніальний центр, через який кожен елемент є нерозривно зв'язаним з усіма іншими. Таким чином, через засоби масової комунікації досягається соціальна інтеграція вищого порядку [9, с. 15–17]. Саймон Коттл спробував розширити концепцію медіаподій у межах ширшокого підходу до "медіатизованих ритуалів". У його визначенні: "медіатизовані ритуали – це виняткові і перформативні медіа явища, які слугують для підтримки / або мобілізації колективних почуттів і солідарності на основі символізації й умовної орієнтації на те, що має бути" [6, с. 415].

Крім цього, дослідники акцентують увагу на понятті "івентизації", беручи до уваги різні форми "популярних медіаподій", таких як відомі реаліті-шоу або фільми, де можна побачити як схожість, так і відмінності з ритуальними медіаподіями. Так, популярні медіаподії є здебільшого спланованими комерційними проектами, вони не є урочистими, і їх переглядають задля розваги та задоволення [12]. Крім того, будь-яка подія потребує форматування, з огляду на тип медіа та відповідні критерії відбору та параметри формування медіапродукту [3, с. 100–106].

Таким чином, проведений аналіз сучасних підходів до вивчення ролі ритуалу в сучасному медіа середовищі показав, що ця проблема розглядається в різних дослідницьких перспективах і показує досить широке й неоднозначне потрактування як самого поняття медіаритуалу, так і його соціокомунікативних ознак. Лінгвопрагматична перспектива дослідження медіаритуалу передбачає, із нашого погляду, аналіз таких процесів і явищ, як

- медіатизація суспільного життя,
- сакралізація й ритуалізація події в медіа середовищі,
- комунікативна структура медіатизованого ритуалу,
- прагматичні смисли, продуковані внаслідок цих процесів,
- лінгвосеміотичні форми, у яких вони втілюються.

Доцільно вивчати ці питання у зіставленні споріднених лінгвокультур, якими ми обрали британську й американську.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Дебор Г.* Общество спектакля. / Г. Дебор. – М. : Логос, 1999.

2. *Лич Э.* Культура и коммуникация: Логика взаимосвязи символов. К использованию структурного анализа в социальной антропологи / Э. Лич. – М. : Восточ. лит.ра, 2001.

3. *Черных А. И.* Медиа и ритуалы / А. И. Черных. – М. ; СПб. : Университетская книга, 2012.

4. *Carey J. W.* Communication as culture. Essays on Media and Society / J. W. Carey. – N.Y. ; L. : Rutledge, 2009.

5. *Coman M.* The Promise of Media Anthropology / M. Coman, E. W. Rothenbuhler // Media anthropology / Rothenbuhler E.W. and Coman M.(eds.). – Sage Publications : Thousand Oaks, 2005. – P. 1–11.

6. *Cottle S.* Mediatized Rituals: Beyond Manufacturing Consent / S. Cottle // Media, Culture & Society. – 2006. – № 28 (3), – P. 411–432.

7. *Couldry N.* Media Anthropology: An Overview. – 2003. – Режим доступу від 01.03.2016 : http://www.philbu.net/media-anthropology/coman_maoverview.pdf

8. *Couldry N.* Media rituals: beyond functionalism // Media anthropology / Rothenbuhler E.W. and Coman M.(eds.). – Sage Publications : Thousand Oaks, 2005. – P. 59–69.

9. *Dayan D.* Media Events The live brodcasting of history / D. Dayan and E.Katz. – Harvard : Harvard University Pres, 1992.

10. *Debray R.* Qu'est-ce que la médiologie? / R.Debray //Le monde diplomatique. – Août 1999. – Режим доступу від 03.11.2015: http://www.monde-diplomatique.fr/1999/08/DEBRAY/3178

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

12. *Hepp A.*Introduction: media events in globalized media cultures / A.Hepp and N.Couldry // Media events in a global age / Couldry N., Hepp A. and Krotz F. (eds.).– Abingdon : Routledge, 2010. – P. 1–20. – Режим доступу від 03.03.2016 : http://eprints.lse.ac.uk/52468/ – __libfile_REPOSITORY_Content_Couldry%2C N_Introduction media events_Couldry_ Introduction media events_2013

13. *Katz E.* (1980). Media Events: The Sense of Occasion / E.Katz // Studies in Visual Communication. – 1980. – № 6 (3). – P. 84–89. – Режим доступу від 30.03.2016:http://repository.upenn.edu/asc_papers/263

14. *Lardellier P.* Théorie du lien rituel. Anthropologie et communication / P. Lardellier. – P. : L'Harmattan, 2003.

15. *Mediatization of Communication* / Ed. K. Lundby. – Berlin : De Gruyter, 2014.

16. *Qu'est-ce que la médiologie?*– Режим доступу від 02.04.2016: http://mediologie.org/presentation/

17. *Tuchman G.* Objectivity as Strategic Ritual: An Examination of Newsmen's Notions of Objectivity / G. Tuchman // American Journal of Sociology. January 1972. –Vol. 77. – No. 4. – P. 660–679.

Стаття надійшла до редколегії 14.10.2016 р.

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

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ИЗУЧЕНИЮ МЕДИАРИТУАЛА В ЛИНГВОПРАГМАТИЧЕСКОМ ОСВЕЩЕНИИ

Посвящена обзору и анализу современных теорий медиаритуала, в частности подходов, которые развиваются в русле медиа антропологии, а также теории спектакля и толкования коммуникации как ритуала. Выделяются категории и признаки медиаритуала, его типы. Понятие медиаритуала связывается с понятием медиасобытия. Предлагается рассмотрение медиаритуала в лингвопрагматической плоскости.

Ключевые слова: *медиаритуал, медиасобытие, медиа антропология, коммуникация, лингвопрагматика.*

Afanasieva O. M., PhD, postdoctoral student
Taras Shevchenko National University of Kyiv

MODERN APPROACHES TO MEDIA RITUAL STUDIES IN THE LINGUISTIC-PRAGMATIC INTERPRETATION

The article presentsa review and analysis of current theories of media ritual, including approaches that are being developedwithin the frames of media anthropology and, more generally, in the theory of performance and ritual interpretation of communication. The main categories, characteristics and types of media ritual are identified;the concept of media ritual is associated with the notion of media event. It is suggested to construe media ritual in the context of the linguistic-pragmatic approach.

Keywords: *media ritual, media event, media anthropology, communication, linguistics and pragmatics.*

UDK811.111

Alla D. Belova, Doctor of Philology, Professor,
Taras Shevchenko National University of Kyiv

THE OLFACTIVE UNIVERSE: SCENTS AND SENSIBILITY IN ARTS, LANGUAGE AND DISCOURSE

The article deals with the ways smell is exhibited and described in modern arts, discourse, virtual communication. The focus is on nouns and adjectives related to smell and smelling known as olfactory words as well as communication strategies implemented by the best perfume brands to convey the idea of fragrance in on-line trading and create the olfactive universe as a combination of art and categorization of smell and smelling in English.

Key words: *smell, scent, fragrance, olfactory, olfactive.*

Visual erception and visual images dominated in arts for centuries. In the world museums visitors mostly perceive exhibits by the eye.The museums take care of the light, sounds, smell to provide the neutrality of the atmosphere and give the chance to focus on the art pieces. Probably, we have to admit that sound and, correspondingly, hearing was another sense introduced into some exhibitions of modern art to accompany visual cognition. Thus, in Brussels, in the Musical Instruments Museum visitors can examine musical instruments of the past centuries and hearthe tunes they produce. In the Musical Instruments Museum in Munich one can choose one of the selected instrumentsof the collection pushing the corresponding button to hear the sounds it can produce.

In the 21st century, all the senses — not only sight and hearing but touch, taste, smell are becoming a part of the museum *multi sensory experience*. Art becomes *experiential*. On the other hand, it is a new way of presenting the arts. The interest to five senses was stimulated by the five-panelled masterpiece *'Five Senses' by Hans Makart*. It became one of the major attractions in Viennese museums.The trend to make smelling,feeling, tasting an object of art became noticeable within avante-garde in the 1960s when Futurists formulated new art concepts. Great interest to smell was expressed in *Olfactory Art Manifest* published in 2014 but traced back to the *Futurism Manifest*of 1913. Major idea of the Manifest is that ″smell becomes more valued as 'part of the work of art' or as 'smell as the work of art' in itself″.[12]

The word *olfactory*can be traced back to the Latin verb *olfacere* (to smell). A number of abstract nouns, – *ism* – derivativessignal that smell and smelling are being conceptualized and categorized in detail in English.Sometimes the meaning of the word *olfactory* is narrowed to aroma produced by food (Olfactory – food that produces impact on the nose) [10]. Recently another adjective has become popular, *olfactive*- of or pertaining to the sense of smell; olfactory [19]. In line with Google, *olfactive* is often associated with scent, fragrance and perfume.

Smell experts and druggists admit that "of the five senses, that of smelling is the least valued, and, as a consequence, is the least tutored…" [14, p. 2]. In the past centuries, "the patrons of perfumery have always been considered the most civilized and refined people of the earth....Of the use of these luxuries by the Greeks, and afterwards by the Romans, Pliny and Seneca give much information respecting perfume drugs, the method of collecting them, and the prices at which they sold. Oils and powder perfumery were most lavishly used, for even three times a day did some of the luxurious people anoint and scent themselves, carrying their precious perfumes with them to the baths in costly and elegant boxes called NARTHECIA. …As an art, in England, perfumery has attained little or no distinction" [14, p. 2,9,10].

Now smell is as popular as never has been in the art sandre search [9, 15, 16]. There is a wave of publications in Linguistics [1-7]. Smell is considered essential as a channel and means of impact within Neuro-Linguistic Programming (NLP). There is a noticeable interest from the perfume industry. Fashion industry produces dresses with fragrance, so new technologies become wearable.

Some leading museums organize exhibitions where five senses are exhibited and exploited. Among so called *Smell installations* one can find Scent paintings, Scent sculptures, Scent drawings, Scent rooms, Scent architecture, Smell devices. During smell performances known as *Perfumances*the visitors are presented with sniff-samples of raw materials and complex fragrances to learn the natural ingredients in various olfactive families, such as fruits, florals, woods etc. Visitors of modern art exhibitions can practice smell dancing and examine smell maps of cities as well.

The Art of Scent 1889–2012 in November 2012 was one of the first major museum exhibitions to recognize scent as a major medium of artistic creation, to demonstrate the evolution of aesthetics, to illustrate major innovations in scent design. In 2015 The *Tate Sensorium* worked in London [20] where visitors could use their senses to experience art indifferent ways. The exhibition was much spoken about in media with the headlines *The Tate Sensorium: taste, touch and smell art./ Don't just look: smell, feel and hear art /Tate's new way of experiencing paintings.* The organizers of the exhibition decided to bring in smells into the rooms, objects to touch, to create a non-traditional atmosphere at the exhibition. The exhibition was small (four visitors only were admitted at a time) but unique: every visitor had a wrist band which recorded his/ her biometrical data, so called electrodermal activity, feelings, emotions, body reaction, brain impulses while they perceived the exhibits. Then the data is to be analyzed by the team of scientists from the Sussex University. The National Gallery organized *Soundscapes* show with so called *Sound Paintings* providing audio interpretations for paintings employing a range of technological innovations.To prevent any contact with the exhibits multisensory environmentis created with the help of digital technologies.At *Multi sensory Met: Touch, Smell, and Hear Art* in September 2015the visitors were given multisensory bookletsequipped with touch-activated sounds and smells so that the visitor could examine each artwork and interact with the corresponding activity in the booklet" [21].Among the exhibits Claude Monet's *Garden at Sainte-Adresse* where all the things in the painting smell how they might in real life and*Jean Monet (1867–1913) on His Hobby Horse. The Metropolitan Museum of Art*

organizedthe exhibition with the focus on smell-sensorium-art-soundscapes-chocolates-invisible-rainwithchocolate placed in front of the painting as key figure of the exhibition. Other museums show *Scratch-and-Sniff Paintings*using powdered fragrances and spices. "They are applied with a stamp pad so that different parts of the painting would give off different scents". There is a regular exhibition *Beauty–Cooper Hewitt Design Triennial*with a focus on aesthetic innovation [8].There are many olfactory installations there. There one can see the works of SisselTolaas known as artist, chemist and smell expert, who managed to chisel out a niche for the smell design.Generally, there are more and more exhibitions with the titles *The Language of Scents and Perfumery* or *Technology and Innovation in Fine Fragrance*.

Expertsin the world of fashion and perfume left a number of remarkable statementsabout perfume and its role for the image of the woman. *"Perfume is the indispensable complement to the personality of women, the finishing touch on a dress / A woman's perfume tells more about her than her handwriting" (Christian Dior) "Perfume puts the finishingtouch to elegance – a detailthat subtly underscores the look, an invisible extrathat completes a woman'spersonality. Without it, there is something missing (Gianni Versace) A perfume is like a piece of clothing, a message, a way of presenting oneself ... a costume ... that differs according to the woman who wears it. (Paloma Picasso) "A woman who doesn't wear perfume has no future"/ „Where should I use perfume?A young woman asked. Wherever one wantsto be kissed (Coco Chanel).*One of the best known phrases about perfume is attributed to *Marilyn Monroe,*the icon of style and cinema*:"What do I wear to bed? Why, Chanel No. 5 of course".*

Philosophers and poets also conceptualized smell and scent and its role in life and experience of a human, in cognition and memory: *"Perfume is the key to our memories". (The Perfume Garden) "Nothing revives the past so completely as a smell that was once associated with it". (Vladimir Nabokov)"If you are possessed by an idea, you will find it expressed everywhere, you even smell it. "(Thomas Mann)"Perfumes are the feelings of flowers". (Heinrich Heine)*

One of the most remarkable verbalizations of smell and smelling is the novel *Perfume.The Story of a Murderer* by Patrick Suskind, with the one of the best conceptualizations of smell, scent, fragrance in literature. The novel made a shift from the language units with the semantics of smell and smelling to the text and discourse, with the focus on exaggerated and unique human ability. It contains numerous descriptions of a wide range of different fragrances, scents and smells ranging from good, nice, captivating, the sweetest fragrances to bad smells.

In modern English we find a number of nouns and adjectives associated with smell:

- *smell – stink, trace, whiff, bouquet, aroma, flavor, perfume, scent, stench, trail,savor, essence, emanation, incense, tang, fragrance, redolence, spice*, *aura, balm,*
- *fragrant, perfumed, pungent, savory, scented, spicy, sweet, ambrosial, balmy, odoriferous, redolent.*

All these words verbalize the cognitive category of Smell and Smelling in English. [17, 18, 19]. How often are these words used in Modern English discourse, within General English orESP of perfumery? Which of them are used to describe cooking and meals?

Table 1

Frequency data of smell-related (British National Corpus)

	Frequency		**Frequency**
Smell	3509	fragrant,	272
Stink	206	Perfumed	111
trace	2139	Pungent	165
Whiff	200	Savory	164
bouquet	289	Scented	347
aroma	337	Spicy	207
flavour	1481	Sweet	3480
perfume	526	Ambrosial	4
scent	931	Balmy	70
stench	259	Odoriferous	6
trail	1332	Redolent	74
savour	205	Olfactory	78
essence	1797	Acrid	111
fragrance	324	Aromatic	294
redolence	3	Fetid	53
spice	365	Cheesy	28
aura	404	Frowsty	–
balm	98	Fusty	14
niff	2	Malodorous	21
odour	673	Minging	–
pong	47	Musky	39
pungency	28	Niffy	1
rank	2223	Ripe	614
reek	63	Smelly	256

Noteworthy, in most cases in line with Google,first associations with smell in kitchen are negative [22, 23] what is proved by the combinability of the words: *How to Get Rid of the Smell of Fish After Cooking / 10 Ways To Get Rid Of Pesky Cooking Smells /...5 smart ways to zap kitchen odors /to eliminate cooking smells/ Odor removal /Get Rid of Kitchen Smells – Kitchen Deodorizing and ...*

Good, nice, appetizing, great smells (*10 ways to make Your house smell delicious/ amazing*) are rated the second in terms of cooking. These smells are specifiedand connected with particular ingredients or dishes [24–26]. For example, in forums and blogs: 5 Great Food Smells

1. Fried onions cooking
2. Banana bread baking (extra points if it has chocolate chips in it)
3. A perfectly ripe tomato as you slice into it, especially on a warm, sunny day
4. Coffee brewing
5. Garlic bread, fresh out of the oven

Agree with my choices? What's in your Top 5?

1. Homemade apple and cinammon crumble 2. Hot irish whiskey, with lemon and cloves. 3. Roasted chicken dinner with all the trimmings! 4. Freshly sliced ginger root. 5. Freshly baked soda bread/ 5. Garlic browning in oil 4. Bread Baking 3. Brisket cooking 2. Matzo ball soup simmering 1. Bacon frying.

It becomes clear almost at first sight that the smell of bread baking dominates. As some prominent people stated: "Of all smells, bread; of all tastes, salt". (George Herbert) "The smell of good bread baking, like the sound of lightly flowing water, is indescribable in its evocation of innocence and delight..." (M. F. K. Fisher, *The Art of Eating)*

Smell and taste in cooking very often go together. The description of smell is strongly associated with natural ingredients and substances. Sometimes adjectives to describe smell are derived from relevant nouns- *oaky, nutty, lemony, citrusy, grassy, candy, grapey* etc.

In the epoch of on-line trading and shift of potential customers to Internet, perfume manufactures faced a challenge to convey the idea of a particular fragrance in Internet communication. Smell experts and brand-makers realized that they have to create *the olfactive universe* in virtual world, to unite smell and art in order to convey the concept, the idea of the fragrance. In perfume advertising minimum smell-related words listed in the dictionaries areused – *fragrance, scent, aroma, smell.* Naturally, in line with advertising rules, adjectives to describe scent are reduced to sweet-smelling, adjectives, with positive evaluative meaning only.

Combinability analysis of perfumeson-line catalogues and sites gives the following results:

- classic / modern/ stimulating/ elegant/ contradictory/ spirited / cheerful / intriguing / unforgettable / charismatic / oriental/ cool/ warm/ dry/ sweet/soft, woody/ delicate / sensual/ captivating/ radiant /floral **fragrance**
- a**fragrance**full of freshness and refinement
- **fragrance**of mystery
- a warm/ sensual/ enveloping/ almost carnal / lazy/ repetitive/ pleasant**smell**
- secretive/ discreet **scent**
- delicate /sweet **odor**
- olfactorycounterpoint / moments/poems/ marvels.

Quite oftenthe adjectives used to describe the scent appeal to emotions, familiar images that can be recognized and decoded by potential users:

- THE NEW FORBIDDEN FRUIT
- *A landscape in Provence, dry earth, fragrant purple fields, the wind of the mistral…*
- *A sort of escape inspired by the invigorating, stimulating smell of the Brittany coast. A pirate Hermessence.*
- *"Red, perfume-colored passion, rich with the smells of the Orient".*
- *This exceptional fragrance combines the mysteries of both sensuality and elegance.*
- *The fragrance is a mysterious, faraway continent in itself.*
- *this smell which could be described as lazy and repetitive*
- *Fragrance of spices cut through with the invigorating smell of the sea.*

But theabsolutemajorityofadjectivesaredirectlyrelatedtothesmelloffruits, flowers, plants, substancesusedinperfume-making:

- *the flowers exuded a strong **scent**of apricot and freesia/ elegant vapour of white musks / liveliness and freshness of citrus fruits*
- *no smell more joyful than mandarin, more mellow than amber*
- *A barely perceptible breeze of hay paired with a soft whisper of orange blossom makes for a hidden surprise.*
- *Unexpected, elegant and extravagant, lavender as it appears in our dreams.*
- *I wanted to invite you to discover smells of spices, rum, waxed wooden floors and smoked woods.*
- *The peppery, musky, slightly smoky scent of the cut wood etched itself in my memory. The soul of the old oak, mixed with pepper, lives on in this fragrance.*
- *The fragrance of a strange flower, light as a trade wind, wafting under our noses with hints of spice, cognac and smoked wood, somewhere between petals and cigars, skin and cocoa.*
- *Intrinsically cheerful mandarin is combined with sparkling passion fruit which is itself revealed by the mellowness of amber.*

- *brightened by citrus fruits, currants and raspberries.*
- *the fragrance is a green floral harmony in which daffodils, narcissi, galbanum, red fruits and vetiver take turns to shine*
- *The freshness and exuberance of bergamot and white Alba truffle turn into a caress with an elegant note of Smeggia peach. In this luminous and immediately sensual trail, blossoms a bouquet of jasmine and tuberose, touched by delicate vanilla.*

In perfume advertising some communication strategies associated with relevant concepts are used - seduction/ temptation, creation of femininity and creation of perfection. The selection of language units, including fragrance description is subordinated to these concepts.

Seduction as a strategy is visible in the following fragrance descriptions:

- POISON. EAU DE TOILETTE. Some perfumes are born a myth. Provocative and mysterious since its creation, Poison is Dior's ultimate weapon of seduction. Its exceptional alchemy is created by a rich blend of spicy, fruity and amber notes with sensual honey and musk accords. / A novel of love, rich writing, an oriental feel, expressing an assertive and sensual femininity.
- Once upon a time, there was a fragrance that was innocent yet captivating, sincere yet mysterious… Pure Poison incarnates seduction in its purest state by exploring its duality and irresistible alchemy. ..thisdelicate yet generous modern potion reveals the seductress within.
- "Calèche or the essence of classicism. Seduction through the beauty of the soul".
- Synonymous with seduction: essential oil … with an erotic and addictive smell; the richness of …notes gives it a sensuality unlike any other in the world of perfumery.

Anothercommunication strategy iscreation of femininity:

COCO NOIR reinvents Oriental fragrances to reveal an intimate and mysterious new vision of femininity.

The striking scent offers a modern composition that combines power and delicacy, expressing luminous floral facets and a sensual, magnetic resonance.

The luminous fragrance for women. A striking blend with heightened notes of Bourbon Vanilla and New Caledonian Sandalwood reveals a warm, sensual facet. The parfum offers the most precious, longest-lasting concentration of this enigmatic fragrance. Strikingly presented in a black-glass interpretation of the iconic Classic Bottle.

Magnetic and uncompromising, COCO NOIR reveals a black that is intimate,seductive and intensely brilliant.

Very often both concepts, seduction and femininity, augment each other: *The fragrances of the Poison line take new directions with daring provocation. They are fragrances created to surprise and astonish, to let women assert their femininity with confidence.*

The third strategy is the creation of perfection:"Perfume in the absolute. An explosion of white flowers, enveloping warmth, captivating sensuality."(24, Faubourg).

All the communication strategies and careful selection of language units very often make one complex semantic and communication 'fragrance' to make people buy and enjoy the perfume. Fall in love with perfumes! Be Feminine! Be Perfect! Keep on smelling!

REFERENCES

1. *Брылева Р. Ф.* Перцептивные концепты и способы их объективации во французском языке / Р. Ф. Брылева // Вестн. Челябинского гос. ун-та. – 2010. – № 22 (203). – Вып. 46. – С. 17–20.

2. *Колупаева А. А.* Концепт запах и способы его репрезентации в русском языке : автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01/ А. А. Колупаева : Тамбовский гос. ун-т им. Г. Р. Державина, 2009.

3. *Котенева И. А.* Номинации запаха во французском языке : автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.05/ И. А. Котенева : Белгородский гос. ун-т, 2006.

4. *Мерзлякова А. Х.* Типы семантического варьирования прилагательных поля "Восприятие" (на материале английского, русского и французского языков) / А. Х. Мерзлякова. – М. : Едиториал УРСС, 2003.

5. *Раевская О. В.* Как называются духи, или к вопросу о парфюмерной номенклатуре / О. В. Раевская // Филологические науки. – М. : Изд-во МГУ, 2005. – Вып. 6. – С. 40–53.

6. *Тарасюк І. В.* Особливості номінації запахів у сучасній французькій мові : автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.05/ І. В. Тарасюк : Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, 2003.

7. *Сотникова Е. А.* Ономастическое пространство названий парфюмерной продукции в русском языке : дис. … канд. филол. наук : 10.02.01 / Е. А. Сотникова; Елецкий гос. пед. ун-т. – Елец, 2006.

8. *Beauty Cooper* Hewitt Design Triennial https://collection.cooperhewitt.org/ exhibitions/69155413/page5.

9. *Can Smell be* a Work of Art? http://www.smithsonianmag.com/smithsonian - institution/can-you-smell-work-art-180958189/.

10. *DESCRIBING AROMA*http://www.world-food-and-wine.com/describing-aroma.

11. *Favorite Food Smells*http://www.chowhound.com/post/favorite-food-smells-718536.

12. *Olfactory ArtManifest*http://www.olfactoryartmanifest.com. 13

13. *Scent art* http://scentart.net

14. *Septimus G. W.* The Art of Perfumery And Methods of Obtaining the Odors of Plants. – 2005. www.gutenberg.net.

15. *The Art of Scent*: The Museum of Arts and Design http://madmuseum.org/ exhibition/art-scent.

16. There'sSomething intheAir – Scent isArthttp://www.peterdecupere.net/ index.php?option=com_content&view=article&catid=1:exhibition-news&id=159:theres-something-in-the-air-scent-in-art.
17. http://dictionary.cambridge.org/topics/the-senses-and-sounds/smells-and-smelling/.
18. *http://www.thesaurus.com/browse/smell*.
19. *https://en.wiktionary.org/wiki/olfactive*.
20. http://www.theguardian.com/artanddesign/video/2015/aug/25/welcome-tate-sensorium-taste-touch-smell-art-video.
21. http://www.metmuseum.org/blogs/digital-underground/2015/multisensory-met.
22. https://www.420magazine.com/forums/cannabis-facts-and-information/ 74834- defining-describing-aromas-cannabis-perfumes-aromas.html.
23. www.goodhousekeeping.com/.../**kitchen**-cleani.
24. http://www.epicurious.com/archive/blogs/editor/2010/02/5-great-food-smells.html.
25. http://www.world-food-and-wine.com/describing-aroma.
26. http://www.chowhound.com/post/favorite-food-smells-718536.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

www.chanel.com
www.hermes.com
www.valentino.com
www.versace.com
www.ferragamo.com
www.ysl.com
http://www.smithsonianmag.com/smithsonian-institution/can-you-smell-work-art
http://madmuseum.org/events/technology-and-innovation-fine-fragranceProgram
http://www.itsnicethat.com/articles/tate-sensorium-ik-prize-review
http://smellthecontemporaryart.blogspot.com
www.peterdecupere.net
www.claraursitti.com
www.auger-loizeau.com
http://beta.interaction.rca.ac.uk/smell/

Стаття надійшла до редколегії 14.04.2016 р.

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

ОЛЬФАКТИВНАЯ ВСЕЛЕННАЯ: АРОМАТЫ И ОЩУЩЕНИЯ В ИСКУССТВЕ, ЯЗЫКЕ И ДИСКУРСЕ

Посвящена изучению способов передачи запаха в современном искусстве, дискурсе, коммуникации. В фокусе внимания имена существительные и прилагательные, семантически соотносимые с явлением запаха, а также коммуникативные стратегии, используемые производителями самых известных парфюмерных брендов в он-лайновой торговле для адекватной передачи запахов и ароматов, создания ольфакторного пространства как единства искусства и категоризации запахов и ароматов в английском языке.

Ключевые слова: *запах, аромат, благовоние, ольфакторный, ольфактивный.*

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

ОЛЬФАКТИВНИЙ ВСЕСВІТ: АРОМАТИ І ВІДЧУТТЯ В МИСТЕЦТВІ, МОВІ ТА ДИСКУРСІ

Присвячено вивченню способів передачі запахів у сучасному мистецтві, дискурсі, комунікації. У фокусі уваги іменники, прикметники, що семантично співвідносяться із запахом, пахощами, а також комунікативні стратегії, які використовують виробники найкращих парфюмерних брендів із метою адекватної передачі ароматів в онлайновій торгівлі, створення ольфакторного простору як єдності мистецтва й категоризації запахів та ароматів в англійській мові.

***Ключові слова**: запах, аромат, пахощі, ольфакторний, ольфактивний.*

УДК 811.161.2

Бондаренко Ю. Л., викладач
Національний технічний університет України "КПІ"

АСОЦІАТИВНА РЕАКЦІЯ ЯК МАРКЕР РЕАЛЬНОСТІ

Подано матеріал про результати асоціативного експерименту, учасниками якого були курсанти військового інституту. Метою експерименту було з'ясувати, наскільки вік, спільне місце й умови навчання можуть вплинути на реакції його учасників. Містить асоціативний словник на 11 слів-стимулів.

***Ключові слова:** асоціативний експеримент, слово-стимул, реакція, асоціація, частотність.*

Мовна комунікація – складний процес, на який впливає низка об'єктивних і суб'єктивних факторів. Одним із них є сприйняття почутого. Якість цього етапу спілкування залежить від активності реципієнта, зумовленої, зокрема, його психофізичним станом і життєвим досвідом.

Смислові інтерпретації мають індивідуальний характер і певною мірою характеризують когнітивний рівень особи, залученість її до того чи іншого суспільного процесу, належність до відповідної спільноти.

Одним із способів з'ясувати реакцію вербального сприйняття є асоціативний експеримент. Метод асоціативного експерименту, який передбачає опитування із застосуванням заданих списків слів, відомий ще з початку XX ст. У контексті української мови знайшов своє відображення в роботах Н. Бутенко, С. Мартінек, О. Карпенко, Н. Кутузи, Л. Кушмар, О. Денисевич та ін. За допомогою асоціативного експерименту визначають асоціативну структуру слова, а за результатами його проведення часто укладають асоціативний словник.

Ця стаття має інформативний характер і містить матеріал про результати асоціативного опитування, метою якого було з'ясувати, наскільки спільними чи відмінними будуть реакції у групах, які належать до однієї вікової категорії, об'єднані спільним місцем та умовами навчання.

Опитування проводилось у травні 2014 і 2015 рр. (на початку і в період збройного протистояння на сході України). Його учасниками були курсанти військового інституту Національного технічного університету "КПІ", віком 18–20 років. Форма проведення усно-письмова (учасники опитування записували свою реакцію на почуте слово). Для експерименту було запропоновано дві групи стимулів: онімні слова – "Донецьк", "Київ", "Львів", "Одеса", "Харків", "Черкаси", "Чернівці" й апелятивні – "література", "наука", "хімія", "фізика". Усього в опитуванні взяли участь 177 курсантів, 84 особи у 2014 р. (надалі "група 2014") і 93 особи у 2015 р. (надалі "група 2015").

Результати цього асоціативного експерименту представлені в міні-словнику. Статті, назвою яких є слова-стимули, розміщені в алфавітному порядку окремо для онімних та апелятивних груп. Після слова-стимулу вказано групу, яка надавала відповіді, і через скісну лінію три цифрові показники (перший – загальна кількість усіх реакцій, другий – загальна кількість різних реакцій, третій – кількість відсутніх реакцій). Далі розміщено перелік реакцій для кожної групи від найчастотніших до одиничних (частотність вказано в дужках). Серед деяких реакцій були прізвища викладачів чи однокурсників учасників експерименту, з етичних міркувань їх замінено на еквіваленти: викладач А, викладач Б; однокурсник 1, однокурсник 2, однокурсник 3 тощо). Наприкінці наведено кількісні результати для обох груп і спільні реакції (ядро асоціативного поля) зі вказаною загальною частотністю.

ДОНЕЦЬК

Група 2014 – 81/35/3

вугілля (12), війна (9), "Шахтар" (6), шахти (6)/шахта (5), сепаратисти (4), шахтарі (3), Донбас (3), АТО (3), ДНР (2), москалі (2), бандити (2), кроти (2), республіка, копанки, небо, однокурсник 1, лодка, конфлікт, Одеса, терористи, Слов'янськ, хулігани, далеко, бик, бій, місто, захід, Донбас Арена, Україна, Янукович, запроданці хитрі, Луганськ, біль, бруд.

Група 2015 – 88/29/5

війна (25), АТО (9), вугілля (7), "Шахтар" (5), Донбас (4), шахти (3)/шахта (3), Донбас Арена (3), стадіон (3), місто (2), сепаратисти (2)/сепаратист (2), ДНР (2), потужний, футбол, кроти, однокурсник 2, сепаратизм, схід, москалі, дуже сумно, Різдво, сум, діра, Ренат Ахметов, бойові дії, далеко, аеропорт, шкода.

Реакції для двох груп: всього – 50, відмінні – 36, спільні – 14 (війна (34), вугілля (19), АТО (12), "Шахтар" (11), шахти (9)/шахта (8), Донбас (7), сепаратисти (6), ДНР (4), Донбас Арена (4), місто (3), москалі (3), кроти (3), далеко (2))

КИЇВ

Група 2014 – 79/23/5

столиця (25), місто (23), каштан (2)/каштани (4), інститут (3), Майдан (3), дім (2), рідне місто (2), казарма, місто-герой, Fifa World Cup, земля, фортеця, Батьківщина-мати, родичі, навчання, Україна, квіти, лідер, мегаполіс, Львів, Одеса, хмара.

Група 2015 – 88/ 32/5

столиця (20), дім (8), навчання (7), інститут (6), Батьківщина–мати (6), каштани (5), служба (3), Дніпро (3), батьківщина (2), Хрещатик (2), центр (2), гуртожиток (2), ІСЗЗІ (2), можливості (2), Майдан, Майдан незалежності, станція, величний, місто-герой, однокурсник 3, Динамо, рідне місто, Софіївка, КПІ, мегаполіс, бруд, брудне місто, звільнення, моє, град, робота, місто.

Реакції для двох груп: всього – 46, відмінні – 35, спільні – 11 (столиця (45), місто (24), дім (10), каштани (9), інститут (9), навчання (8), Батьківщина-мати (7), Майдан (4), рідне місто (3), мегаполіс (2), місто-герой (2)).

ЛЬВІВ

Група 2014 – 81/44/3

лев (7), захід (6), старе місто (5), місто (5), Україна (4), краса (4), Бандера (3), кава (3), бандери (2), патріоти (2), красиве місто (2), пиво (2), архітектура (2), історія (2), шоколад (2), Мар'ян (2), герб міста, театр, духовність, Високий замок, Ринкова, будинок у львівському стилі, тигр, Донецьк, вулиця з собором, старий, місто Лева, столиця, однокурсник 4, оперний театр, красива архітектура, краєвид, церква, криївка, могутність, тітка, дім, гарний, літо, ха-ха, Євро 2012, подорож, відпустка, Москва.

Група 2015 – 85/ 48/8

лев (10)/леви (3), шоколад (5), краса (4), однокурсник 5(4), кава (4), архітектура (3), пиво (3), старе місто (3), криївка (3), площа Ринок (2), гуцули (2), театр (2), Україна (2), дім (2), місто,

любов, місто левів, історія, відпустка, відпочинок, фонтан, легкість, красиві будівлі, "Один в каное", бусік, Захід Fest, аквапарк, прогулянка з дівчиною, західна столиця України, ранчо, місто-легенда, Високий замок, бандери, щось патріотичне, патріотизм, медовуха, мир, культура, Карпати, Рудий, бруківка, свято, день, комфорт, україномовні, Європа, 20 гривень.

Реакції для двох груп: всього – 77, відмінні – 62, спільні – 15 (лев (17), краса (8), старе місто (8), кава (7), шоколад (7), місто (6), Україна (6), архітектура (5), пиво (5), криївка (4), бандери (3), дім (3), театр (3), відпустка (2), Високий замок (2)).

ОДЕСА

Група 2014 – 83/23/1

море (40), мама (8), порт (6), євреї (6), відпочинок (3), сонце (2), гумор (2), можна з'їздити, злодії, моряк, Маріуполь, оперний театр, Япончик, відпустка, сходи, комедія, культура, небога, місто, слово Одеса, апельсин, Дерибасівська, літо.

Група 2015 – 87/31/6

море (45), відпочинок (5), порт (4), мама (3), євреї (3), ринок 7 км (2), місто, розваги, веселощі, базар, мати, Одеська кіностудія, оперний театр, відпустка, Одеса-мама, пристань, військова академія, "Ліквідація" (*худ. фільм)*, курорт, Одеська національна юридична академія, набережна, корабель/кораблі, якір, апельсин, клуб, найкращий друг, брудно, Япончик, дім, риба.

Реакції для двох груп: всього – 45, відмінні – 35, спільні – 10 (море (85), мама (11), порт (10), євреї (9), відпочинок (8), апельсин (2), відпустка (2), місто (2), оперний театр (2), Япончик (2)).

ХАРКІВ

Група 2014 – 68/47/16

"Метеліст" (5), однокурсник 6 (4), місто (4), перша столиця (3), площа (3), ультрас "Путін" (3), студенти (3), друзі (3), колишня столиця (2), велика площа (2), столиця (2), академія (2), метро (2), було столицею, змагання, літак, подруга, знайома дівчина, красиве місто, інститут, фанати, наука, танковий завод, Ярослав, дім, трактори, танки, Добкін, кохання, знання, лоза, бритва, льотчики, Ленін, Суми, Орлов, цирк, сало, ХНУ, родичі, стадіон, зоопарк, мегаполіс, Ніка, Макдональдс, барабан, мітинги.

Група 2015 – 79/ 57/14

місто (6), однокурсник 7 (4), "Металіст" (4), площа (3), столиця (3), Харків (2), площа Свободи (2), дядько (2), Кернес (2), друга столиця (2), схід (2), літаки (2), харків'яни, Харківська площа, прос-

тір, сміття, АТО, подруга, тітка, брудно, поїзд, вокзал, ринок, інтелігент, студенти, "Метал", бублик, родина, сон, батьківщина, близько до сепаратистів, сепаратисти, війна, село, перша столиця, столиця України, ХУПС, університет, сумно, скука, взуття, герой, танки, трактор, Росія, стадіон, кримінал, розум, Богодухів, дно, поле, Урбан, СБУ, однокурсник 8, Ленін, відпустка, шик.

Реакції для двох груп: всього – 94, відмінні – 84, спільні – 10 ("Метеліст" (9), місто (10), площа (6), перша столиця (4), столиця (5), студенти (4), Ленін (2), подруга (2), стадіон (2), танки (2)).

ЧЕРКАСИ

Група 2014 – 62/36/22

місто (8), цигани (5), однокурсник 9 (5), однокурсник 10 (4), хліб (3), порожнеча (2), друзі (2), водосховище (2), дім (2), Шевченко (2), Мавпи (*баскетбольна команда*), баскетбол, "Славутич" (*футбольний клуб*), змагання, футбол, пустота, зорі, страйкбол, Хмельницький, Слов'янськ, піца, центр, Софіївка, кавун, хімія, Дніпро, нічого, друшляк, рідкий, брат, родина, однокурсник 11, Чермондер сіті, лиман, недалеко, Умань, паркет.

Група 2015 – 80/ 54/14

місто(10), дім (4), Дніпро (4), однокурсник 12 (4), село (3), однокурсник 13 (2), однокурсник 14 (2), Черкаси (2), центр (2), центр України (2), друг (2)/ друзі, подруга, майже центр України, однокурсник 15, велике, потяг, картопля, Некрасов, пустота, м'ясо, Україна, прекрасне місто, козаки, українці, черешня, погані дороги, гори, Папа Карло, команда, МЧС, Умань, "Десна" (*футбольний клуб*), червоне, червоний, вулиця, особа, поля, знайома, далеко, відрядження, смт, Веселий Куток, медичний, горілка, добре, сестра, вулиця, Канів, море, Хмельницький, Шевченко, дорога, пшениця.

Реакції для двох груп: всього – 81, відмінні – 72, спільні – 9 (місто (18), дім (6), Дніпро (5), друзі (3), Шевченко (3), пустота (2), Умань (2), Хмельницький (2), центр (2)).

ЧЕРНІВЦІ

Група 2014 – 59/40/25

місто (10), захід (3), ринок (2), чорнобривці (2), квітка (2), Буковина (2), Закарпаття (2), вишиванка (2), Угорщина (2), Молдова (2), сакура, гарно, чорне, старе місто, цигани, гуцули, Міла Куніс, Чернівці, яблука, Рівне, порожнеча, що?, це де?, молдавани, Медичний інститут, "Хто там *(реп-група),* калина, рідні, неймовірне, брат, Марічка, болото, папая, гори, жито, під Тернополем, зелений, Умань, плінтус, Івасюк.

Група 2015 – 63/ 46/30

місто (8), Закарпаття (5), однокурсник 16 (4), ринок (3), Буковина (2), Чернівці (2), молдавани (2), Україна (2), область (2), родичі (2), природа, пшениця, рідне місто, красиве місто, знайомі, друзі, краєвид, форма, історія, "Буковина", Карпати, дівчата, чорнобривці, калина, чернь, яблуня, багато гарних дівчат, Казантип, муай-тай, вино, Черновецький, цигани, ягоди, вірмени, архітектура, галявина, бори, село, Банченський монастир, невідоме, далеко, природа, що ?, квіти, краса.

Реакції для двох груп: всього – 77, відмінні – 68, спільні – 9 (місто (18), Закарпаття (7), ринок (5), Буковина (4), молдавани (3), чорнобривці (3), калина (2), цигани (2), що ? (2)).

ЛІТЕРАТУРА

Група 2014 – 78/35/6

книга (книжка) (15)/книги (5), Шевченко (9), художня (5), зарубіжна (4), українська (4), вірші (3), Леся Українка (2), Франко (2), Пушкін (2), читання (2), вчителька, Тарас Григорович, Тарас, Іван Багряний, твори, розум, мова, Україна, бібліотека, клас, слова, життя, фантастика, джерело знань, Котляревський, музика, Жуль Верн, спокій, туфта, Слово о полку Ігоревім, Надія Павлівна, Ніна Василівна, Хемінгуей, розвиток моралі і духовності.

Група 2015 – 89/ 47/4

Шевченко (7), вірші (6), книга (книжка) (7)/ книги (книжки) (5), Пушкін (5), читання (4), українська (4), твори (4)/твір (1), мова (3), знання (2), творчість (2), муза (2), мистецтво (2), твори різних авторів, Шекспір, Салтиков-Щедрін, Джек Лондон, Гаррі Потер, українська література, сюжет, школа, художні твори, відпочинок, цікаво, автор, поет, художня, ЗНО, текст, поезія, сон, зарубіжна, романи, деколи можна, новели, слово, мелодії, музика, класний керівник, любов, радість, бібліотека, розвиток, Алла Володимирівна, сум, зелень.

Реакції для двох груп: всього – 69, відмінні – 56, спільні – 13 (книга (книжка) (22)/ книги (книжки) (10), Шевченко (16), вірші (9), українська (8), Пушкін (7), художня (6), читання (6), зарубіжна (5), твори (5), мова (4), бібліотека (2), музика (2)).

НАУКА

Група 2014 – 72/ 51/12

знання (8), КПІ (3), мука (2), математика (2), інститут (2), труд (2), експеримент (2), навчання (2), вчені (2)/ вчений (2), майбутнє (2), білий халат (2), Ейнштейн (2), техніка (2), космос, не цікаво, лінза, неспокій, прогрес, голова, кінесика, диплом, винахід, школа, акаде-

мія наук, фізика, кохання, граніт, стаття, екологія, досліди, мистецтво, вивчати, колба, ТКС, відкриття, ноу-хау, розум, дослідження, освіта, фігня, прорив, Хокінг, досягнення, Архімед, гроші, не про нас, science, окуляри, значок КПІ, специфічна.

Група 2015 – 88/60/5

знання (7), математика (6), розум (4), фізика (4), прогрес (3), професор (3), вчені (3)/вчений (2), науковці (2), техніка (2), книжки (2), Патон (2), дослід, щось серйозне, Ейнштейн, Кондратюк, складність, щось нове, Дарвін, Архімед, відкриття, інженер, грандіозна, хімія, письмо, вчити, астрономія, цифри, нудна, інститут/інститути, світло, Discovery (канал), освіта, професор з ковпаком, наука, доктор в білому халаті, людина, експеримент, земля, грамотність, зв'язки у просторі, мікроскоп, успіх, текст, робота, квадрат, новизна, англійська мова, важність, вчитися, навчання, теорема, тяжка, технічна, опис всього, IT, соціологія, серйозна, конспект.

Реакції для двох груп: всього – 96, відмінні – 81, спільні – 15 (знання (15), математика (8), розум (5), фізика (5), прогрес (4), вчені (5)/вчений (4), техніка (4), Ейнштейн (3), експеримент (3), інститут (3), навчання (3), Архімед (2), відкриття (2), освіта (2)).

ХІМІЯ

Група 2014 – 79/44/5

школа (10), предмет (5), C_2H_5OH (4), H2O (3), препарати (3), фізика (3), Таблиця Мендєлєєва (3), вчителька (3), колби (3), порошок (2), наркотики (2), пробірки (2), радій (2), вибух (2), побутова (2), підручник (2), викладачка, кола, молекули /молекула, COH, NCL, Михайлівна, Черкаси, пральний порошок, погано, друг, миючий засіб, шампунь, піро – не злочин, йолка, нецікаво, анатомія, кабінет хімії і вибух у ньому, метаморфін, урок, спирт, азот, олімпіада, дурня, 7 клас, газета, хімія, спорт.

Група 2015 – 90/57/3

пробірки (6)/пробірка (3), речовини (4), таблиця Мендєлєєва (3), формули (4)/формула, C_2H_5OH (3), експерименти (3), молекули(3)/молекула (2), колби (2)/колба (2), Мендєлєєв (2), вчителька (2), алкоголь (2), реакція (2)/реакції (2), наука (2), вибух (2), хімічні сполуки (2), атоми (2), кислота (2), склянка, весело, число Авогадро, бірки, таблиця, змішування речовин, розчин, купрум, незрозумілість, предмет, спирт, бред, скука, хімічні реакції, горілка, хімічні перетворення, хімічні процеси, нітроген, навчання, порошок, фізика, війна, бор, дим, метамфітаміни, шкільний друг, валентність, лабораторія, їжа, знайома, наркотики, школа, вуса, водень, 3-й поверх.

Реакції для двох груп: всього – 88, відмінні – 75, спільні – 13 (школа (11), пробірки (8), C_2H_5OH (7), предмет (6), таблиця Мендєлєєва (6), фізика (4), вибух (4), колби (5), вчителька (4), молекули (4)/молекула(3), наркотики (3), порошок (3)).

ФІЗИКА

Група 2014 – 80/55/4

викладач А (7), викладач Б (5), наука (5), Ейнштейн (4), Ньютон (3), вчитель (3), викладач (2), тіла (2), атоми (2)/атом (2), закон Ньютона, адронний колайдер, яблуко, механізми, школа, електрика, хімія, сила струму, колись улюблений предмет, сила, $E=mc^2$, предмет, стрибати, рух, енергія, формули, кулі, математика, тяжіння, ядерна, зріз, знайомий, пружина, Джедай, дослідження, мама, годинник, Лідія Іванівна, задача, 100$, наука для життя, прискорення, жах, біль, кошмар, клас, Іван Григорович, 3-я кафедра, інститут, екзамен, 302, явища, улюблене, теорія струн, динаміка.

Група 2015 – 92/59 /1

Ньютон (7), формули (7)/формула (2), наука (5), викладач Б (4), викладач А (3), атом (3) задача (2), математика (2), навчання(2), жах (2), закон Ома (2), нудно (2), скука (2), підручник (2), книга (2), лабораторна, конспект, однокурсник 17, земля, Ейнштейн, досліди, труднощі, математик, кошмар, знання, матерія, Тетяна, гравітація, складна наука, обчислення, напруга, теорема, скелети, функція, 1-й курс, пара(урок), числа, вуса, вибух, космос, мука, винаходи, точність, лампа, розум, механізми, світ, школа, предмет, розрахунок, логіка, життя, всесвіт, сила тяжіння, амперметр, екзамен ЗНО, молекула, синхрофазотрон.

Реакції для двох груп: всього – 103, відмінні – 91, спільні – 12 (Ньютон (10), викладач А (10), наука (10), викладач Б (9), формули (8), Ейнштейн (5), атом (5), математика (3), задача (3), механізми (2), предмет (2), школа (2)).

На підставі порівняння результатів асоціативних реакцій в обох групах можна зробити певні висновки. Загальна кількість спільних реакцій на запропоновані слова-стимули коливається від 9 до 15 і не залежить від загальної кількості усіх реакцій.

Слова-реакції, які б характеризували учасників експерименту як певну спільноту, об'єднану віком, місцем навчання і спільністю проживання, виявилисяна слова-стимули "Київ" ("інститут", "навчання") та "фізика" (викладач А", викладач Б").

Варто відзначити також типовий для обох груп показник – велику кількість відсутніх реакцій на слова-стимули "Черкаси" (група 2014 – 22, група 2015 – 14) і "Чернівці" (група 2014 – 25, група 2015 – 30), а найчастотнішою реакцією на ці стимули в обох групах є "місто".

Найчастотніші реакції на стимули "Київ" ("столиця") і "Одеса" (море") збіглися з результатами асоціативного експерименту, описаного Карпенко О. Ю. у статті "Асоціативний словник – шлях до сутності власної назви" [3, с. 3–4].

"Отримані в експерименті результати можуть виявляти не лише відносно стабільні зв'язки слів і властивості означуваних ними явищ, але й вплив політичних та інших подій на свідомість мовців" [7, с. 28].

На підтвердження сказаного вище, порівняння реакцій на стимул "Донецьк" виявило, що в групі 2014 хоч і є слова-реакції "війна", "АТО", "сепаратисти", але значно переважають асоціації, пов'язані з шахтарською працею та спортом. Натомість у групі 2015 домінують асоціації, пов'язані з воєнними діями на сході України.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Бутенко Н. П.* Словник асоціативних норм української мови / *Н. П. Бутенко*. – Львів : Вища школа, 1979.

2. *Денисович О.* Вільний асоціативний експеримент як засіб дослідження соціального портрету // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/37537/42-Denysevych.pdf?sequence=1.

3. *Карпенко О. Ю.* Асоціативний словник – шлях до сутності власної назви // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://karpenko.in.ua/wpcontent/uploads/2012/12/51.pdf.

4. *Куранова С. І.* Основи психолінгвістики : навч. посіб. / С. І. Куранова. – К. : Академія, 2012.

5. *Кутуза Н. В.* Асоціативний словник рекламних слоганів: новітні тенденції лексикографії / Н. В. Кутуза // Вісн. Одес. нац. ун-ту. Філологія. – Т. 19. – Вип. 4(10). – С. 175–182.

6. *Кушмар Л. В.* Семантична структура слів економічної сфери використання / *Л. В. Кушмар* // Вісн. Житомир. держ. ун-ту. – Вип. 42. Філологічні науки. – С. 212–215.

7. *Мартінек С. В.* Емпіричні й експериментальні методи у сучасній когнітивній лінгвістиці // Вісн. Львів. ун-ту. Серія філологічна. – Л. : Вид-во ЛНУ, 2011. – Вип. 52. – С. 25–32.

8. *Мартінек С. В.* Український асоціативний словник : у 2 т. / С. В. Мартінек. – Л. : Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2007. – Т. 1–2.

Стаття надійшла до редколегії 14.04.2016 р.

Бондаренко Ю. Л., преподаватель
Национальный технический университет Украины "КПИ"

АССОЦИАТИВНАЯ РЕАКЦИЯ КАК МАРКЕР РЕАЛЬНОСТИ

Подан материал о результатах ассоциативного эксперимента, участниками которого были курсанты военного института. Целью эксперимента было выяснить, насколько возраст, общее место и условия обучения могут повлиять на реакции его участников. Содержит ассоциативный словарь на 11 слов-стимулов.

***Ключевые слова**: ассоциативный эксперимент, слово-стимул, реакция, ассоциация, частотность.*

Bondarenko Y. L., Lecturer
National Technical University of Ukraine "KPI"

ASSOCIATIVE REACTION AS REALITY MARKER

The article deals with the results of an associative experiment with the Military Academy students. The aim of the experiment was to establish how different factors (like age, common work space and learning environment) can affect the outcome responses. The article contains an associative dictionary of 11 stimulus words.

***Key words**: associative experiment, stimulus word, response, association, frequency.*

УДК 81'42:811.133.1

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

ЕКЗИСТЕНЦІЙНИЙ ДИСКУРС І ЙОГО ЖАНРОВІ РІЗНОВИДИ У ФРАНКОМОВНОМУ ПРОСТОРІ

Присвячено питанню встановлення типологічних рис екзистенційного дискурсу, показу його протодискурсивної сутності та визначення головних матриць – екзистем, які покладено в основу виокремлення жанрових різновидів цього дискурсу. Описано специфіку потрактування питань екзистенційності у французькій лінгвокультурі, а також тенденції їх художньо-філософського освоєння та мовленнєвого вираження.

***Ключові слова:** екзистенційний дискурс, жанр, екзистема, суб'єкт, синкретизм, франкомовний культурний простір, французька мова.*

У сучасному мовознавстві вже усталеними вважаються напрями та підходи, які визначаються як антропоцентричні, суб'єктоцентричні, адже центром мовленнєвої діяльності та її дослідження вважають людину, мовця, суб'єкт висловлення тощо. Однією з центральних виступає в цьому плані проблема мовця, аналізу якої присвячено численні праці сучасних науковців, зокрема Ш. Баллі, Е. Бенвеніста, М. Фуко, М. Пеше, Р. Барта, Ц. Тодорова, Ю. Крістєвої, А.-Ж. Греймаса, О. Дюк-

ро, А. Рабателя, П. Рікера, Д. Менгено, П. Шародо, Ф. Растьє, Ж.-К. Бекко, К. Кербра-Орекйоні й ін. [2]. Теорія висловлення, дискурсологія, різні школи аналізу дискурсу виділяють відповідні маркери суб'єктивності в різних типах висловлення, дискурсу. Починаючи із запропонованої Ш. Баллі дихотомії диктуму й модусу [1, с. 44], сучасна лінгвопрагматика розрізняє інформативний і прагмакомунікативний, тобто суб'єктно орієнтований, компоненти висловлення.

Разом із тим засновники сучасної теорії дискурсу й загалом філософи постмодерністи, зокрема М. Фуко, наголошували на певній безсуб'єктності дискурсу або "розчиненні" суб'єкта в дискурсі, а також на історичній перспективі становлення суб'єктності. Так, учений зауважує, що "там, де душа вважає, що єднається із собою, там де Я вигадує собі ідентичність, фахівець з генеалогії вирушає на пошуки початку, незчисленних початків…; аналіз походження дозволяє розчинити Я, а в місцях його порожнього синтезу викликати роїння тисяч вже втрачених подій" [6, с. 151–152]. Висловлення, із його погляду, є чимось іншим за результат дії чи індивідуальної операції, але є швидше грою можливих для суб'єкта позицій. Дослідник зазначає: "не слідрозглядати суб'єкт висловлювання як тотожний авторові формулювання, ні субстанційно, ні функціонально. Він справді не є причиною, витоком чи вихідною точкою того феномена, що його можна визначити як письмову або усну артикуляцію фрази; він не є також тією значущою метою, яка, безмовно передуючи словам, впорядковує їх як видиме тіло своєї інтуїції; він не є також тим постійним, незрушним і тотожним собі джерелом серії операцій, що їх висловлювання по черзі виявляють на поверхні мови. Він є тим визначеним і порожнім місцем, яке можуть ефективно заповнювати різні індивіди; але це місце, замість того щоб бути визначеним раз і назавжди та зберігатися незмінним упродовж усього тексту, книжки або твору, змінюється – або, радше, воно є досить змінним для того, щоб або залишатися тотожним собі самому лише в кількох фразах, або змінюватися з кожною. Воно є тим виміром, що характеризує все формулювання в його ролі висловлювання. Воно є однією з тих характеристик, які властиво належать до висловлювальної функції і дозволяють її описати. Якщо ми можемо назвати судження, фразу або сукупність знаків "висловлюваннями", то не тому, що хтось колись їх промовив або вони десь залишили тимчасовий слід, а тому, що їм можна приписати позицію суб'єкта. Описати формулювання як висловлювання – це означає не тільки проаналізувати відношення між автором і тим, що він сказав (або хотів сказати, або сказав, цього не хотівши), а визначити, якою є позиція, що її може й повинен займати всякий індивід для того, щоб стати суб'єктом [4, с. 151–152].

Таким чином, самоусвідомлення "Я" і його (само)вираження відбувається у пульсаційному доцентрово-відцентровому русі – до (само)інтеграції, цілісності, завершеності, безперервності, з одного боку, і відкритості, фрагментарності, переривчатості, плинності – з іншого. Крім того, ідеться також про двоспрямований рух до виокремлення себе / злиття з певною спільнотою, наголошенняна одиничності чи множинності. Інакше кажучи, суб'єкт встановлює відносини зі світом шляхом:

- екстеріоризації, проекції "Я" в зовнішній світ;
- включення світу у "Я", його освоєння в різних формах.

Ці вектори не виключають один одного, але взаємодіють у різних дискурсивних конфігураціях. Так вибудовуються певні екзистеми, а саме – дискурсивні домінанти, матриці відношень та зв'язків, які визначають ті чи інші дискурсивні операції та позначають вищезазначені вектори розбудови екзистенційного дискурсу відповідними маркерами. Ці екзистеми можуть бути таких типів:

- виражального,
- ідентифікаційного / самопрезентаційного, саморефлексивного,
- експерієнсного,
- презентаційного, рефлексивного.

Разом із тим екзистенційний дискурс можна розглядати як протодискурс, який є базисним типом семіотизації і дискурсивізації, що набуває подальшого розвитку в інших дискурсах, зокрема суспільно маркованих, із різними домінантами, такими як епістемічні, прописові й нормативні, поетичні. Там формується інший тип дискурсивності, яка є дискурсивністю суб'єкта, який різною мірою втрачає свою суб'єктність/суб'єктивність, тяжіє до функції світу-об'єкту. Ідеться передусім про той тип дискурсивності, який Д. Менгено і Ф. Косюта позначили як конституювальні дискурси, до яких віднесли релігійний, науковий, філософський, літературний, юридичний [8, с. 113], і в яких інстанцією мовлення стає всеоохопна безособовість.

Проте одна суб'єктність не вичерпує ознак екзистенційного дискурсу. Як зазначалося вище, його основою є матриці, у яких не лише так чи інакше "заповнюється" позиція суб'єкта, але й визначаються вектори його відношень із не-Я, які зумовлено певною метою – виразити себе, своє існування, ідентифікувати себе, позиціонувати себе тощо. Ці настанови визначають цей дискурс як окремий тип, а також дозволяють виокремити відповідні домінанти в інших типах дискурсів. З огляду на ці домінанти можна окреслити актово-жанрову типологію й дискурсивні різновиди екзистенційності. Так, до жанрів з екзистенційними домінантами можна віднести таке:

- перед-дискурсивне самовираження (на актовому рівні) – крик, вигук, вираження емоцій;
- ідентифікацію та (само)презентацію в царині побутової, соціопрофесійної, медійної дискурсивності, де відбувається постійна кореляція векторів включення до групи / виокремлення, що відбувається в:
  – актах/жанрах знайомства, (само)презентації,
  – у співбесіді з роботодавцем кандидата на певну посаду,
  – у CV, мотиваційних листах, короткій автобіографії,
  – в інтерв'ю у ЗМІ;
- жанри наративно-(авто)біографічного спрямування або "історії життя", автентичні та художні саморефлексії, у яких превалює вектор (само)ідентифікації та спрямування до цілісності, виокремлення з певної спільноти;
- експерієнсність, яка виявляється в семіотизації й дискурсивізації досвіду, відчутого, прожитого в описово-наративних формах у свідченнях різного типу, листуванні, щоденнику, блогах, поезії й художній літературі загалом (особливо, у певних літературних школах, течіях тощо)
- дискурси й жанри рефлексивного, (само)позиціонувального та презентаційного типу, наприклад, науковий, де, особливо в постмодерну добу, досить чітко виявляється Я автора – спостерігача, аналітика тощо.
- екзистенційність, буттєвість світу в різних модусах
  – в установчих наративах (міф, релігія),
  – в установчих постулатах пізнання (філософія, методологія)
  – в установчих нормативних приписах.

Звісно, такі дискурси та відповідні жанри є властивими сучасній культурі загалом, передусім так званій західній цивілізації, проте європейський франкомовний культурний ареал і, насамперед, власне французький виявився особливо чутливим до проблем буття в філософському, мистецькому, літературному аспектах і їхнього дискурсивного вираження. В історичній перспективі французька словесність класичної доби (XVII–XVIII ст.) відзначилася активним розвитком автентичних автобіографічних жанрів і мемуарів, епістолярії, а також у XVIII ст. розквітом відповідних літературних жанрів – псевдомемуарів та епістолярного роману.

Автобіографічний жанр привертав особливу увагу французьких дослідників. Так, Ф. Лежен у своїй праці "Автобіографічний пакт" надав таке визначення автобіографії: "Ретроспективна прозова оповідь, яку реальна особа робить про своє власне буття, наголо-

шуючи на своєму індивідуальному житті, зокрема історії своєї особистості" [7, с. 14] . Це визначення будується на таких чотирьох категоріях: 1) *мовленнєва форма* – (a) оповідь, (b) у прозі; 2) *предмет оповіді* – індивідуальне життя, історія особистості; 3) *становище автора*: ідентичність автора, ім'я якого відсилає до реальної особи, та оповідача; 4) *становище оповідача* – (a)ідентичність оповідача й головного персонажа, (b)ретроспективна перспектива оповіді. Із цього погляду автентична автобіографія відповідає всім вищезазначеним критеріям, у той час як споріднені жанри відповідають їм лише частково: мемуари – (2), біографія – (4 *a*), роман від 1-ої особи – (3), автобіографічна поема – (1 *b*), особистий щоденник – (4 *b*), автопортрет чи нарис – (1 *a* і 4 *b*) [там само].

Таким чином, дискурсивною основою автобіографії виступає наратив, який останнім часом привертає особливу увагу дослідників, з огляду на поширення в різних сферах життя так званих "історій життя", які здобули велику популярність у різних медійних форматах, а також стали об'єктом та інструментом дослідження у соціальних науках. Так, П. Бурдьє зазначає, що історії життя в буденній свідомості пов'язуються з метафорами шляху, дороги, перехрестя, подорожі, що відбиває розуміння історії життя як організованої послідовності подій, які насправді не відбувалися в такому чітко структурованому порядку [5, с. 69]. Учений зауважує, що автобіографічна оповідь намагається, принаймні частково, надати смисл, виявити ретроспективну та проспективну логіку, сталість і консистентність, встановити зрозумілі зв'язки, такі як причинно-наслідкові, між послідовними етапами в житті людини, які таким чином стають етапами необхідного розвитку [там само].

Така "самопрезентаційна логіка" є властивою, передусім, тим автобіографічним жанрам, цілеспрямування яких зумовлено ідентифікаційним вектором, прагненням до цілісності, завершеності, сформованості особистості, її життєвого шляху. Водночас сильнішою стає тенденція до самовиокремлення, руйнації очікуваного, вписуваного до моделей однаковості, упізнаваності, типовості. На цьому наголошував у своїй "Сповіді" ще Ж.-Ж. Руссо у XVIII ст.: "Je forme une entreprise qui n'eut jamais d'exemple et dont l'exécution n'aura point d'imitateur. Je veux montrer à mes semblables un homme dans toute la vérité de la nature; et cet homme ce sera moi. Moi, seul. Je sens mon cœur et je connais les hommes. Je ne suis fait comme aucun de ceux que j'ai vus; j'ose croire n'être fait comme aucun de ceux qui existent. Si je ne vaux pas mieux, au moins je suis autre. Si la nature a bien ou mal fait de briser le moule dans lequel elle m'a jeté, c'est ce dont on ne peut juger qu'après m'avoir lu" [Rousseau 1782, с. 4].

При цьому філософська й літературно-художня рефлексія різних періодів також ставить під сумнів сталість, завершеність, часову прогресію оповіді про життєвий шлях, наголошуючи на переривчатості, фрагментарності, атемпоральності самосприйняття буття в експерієнсному вимірі й намагаючись втілити його в семіо-дискурсивному плані. Досить згадати французький філософсько-літературний екзистенціалізм, "новийроман", театр абсурду, філософію постмодерну. Так, А. Роб-Грійє у своєму автобіографічному творі зазначає: "Tout cela, c'est du réel, c'est-à-dire du fragmentaire, du fuyant, de l'inutile, si accidentel même et si particulier que tout événement y apparaît à chaque instant comme gratuit, et toute existence en fin de compte comme privée de la moindre signification unificatrice" [9, с. 208].

З огляду на обмеженість формату статті ми зосереджуємо увагу передусім на тенденції до дискурсивізації екзистенції, буттєвості у французькому художньому дискурсі й літературній рефлексії. Передусім ідеться про ту ж настанову на інакшість, яку ми бачили у Ж.-Ж. Руссо. Про це говорить і персонаж Н. Саррот: "Il fallait leur répondre et les encourager avec douceur, et surtout, surtout ne pas leur faire sentir, ne pas leur faire sentir un seul instant qu'on se croyait différent. Se plier, se plier, s'effacer: "Oui, oui, oui, oui, c'est vrai, bien sûr", voilà ce qu'il fallait leur dire, et les regarder avec sympathie, avec tendresse, sans quoi un déchirement, un arrachement, quelque chose d'inattendu, de violent allait se produire, quelque chose qui jamais ne s'était produit et qui serait effrayant" [3, с. 296].

Проте французький "новий роман" 50–60 рр. XX ст. ставить під питання існування чи принаймні усталені моделі функціонування самого осердя романної оповіді, яким є персонаж й історія життя якого є сюжетною канвою цього літературного жанру. Експериментальні пошуки "нового роману" цікаві для нас, насамперед, спробою передати власне експерієнсність, буттєвість як таку у форматі романної оповіді, яка, таким чином, руйнує чи принаймні розмиває власні межі. Ця спроба стосується, серед іншого, тенденції до синкретизації поняття суб'єктності. Так, одна із засновниць цієї літературної течії Наталі Саррот зазначає: "впали непроникні перегороди, які відділяли один персонаж від іншого, і герой роману перетворився на щось довільно виокремлене, умовно викроєне із загальної тканини, яка цілком поміщена в кожному з нас і яка вловлює і затримує в незчисленних ланках своєї мережі весь всесвіт" [3, с. 203]. Відтак "від персонажа залишилася лише тінь" [3, с. 210].

Такий "розчинений у бутті" персонаж вже не є об'єктом ідентифікації: його ім'я втрачає свою значущість, а постійна гра першої, третьої і навіть другої особи, безособовості та неозначеної особовості свідчить про прагнення віднайти засобами сучасної аналітичної мови те злиття суб'єкта і світу, яке є протодискурсивною ознакою екзистенційності. Так, у наступному уривку вигук самовираження, еквівалентний першій особі, одразу переходить у третю особу, яка по суті є поглядом самого суб'єкта на себе ззовні: "Quel épuisement, mon Dieu! Quel épuisement que cette dépense, ce sautillement perpétuel devant lui: en arrière, en avant, en avant, en avant, et en arrière encore, maintenant mouvement tournant autour de lui, et puis encore sur la pointe des pieds, sans le quitter des yeux, et de côté et en avant et en arrière, pour lui procurer cette jouissance" [3, с. 299]. Одним із улюблених засобів такої синкретизації стаєне означено-особове *on*: " Il y avait un grand vide sous cette chaleur, un silence, tout semblait en suspens ; on entendait seulement, agressif, strident, le grincement; d'une chaise traînée sur le carreau, le claquement d'une porte. C'était dans cette chaleur, dans ce silence — un froid soudain, un déchirement " [Там само].

Художнім, філософським, лінгвопоетичним відкриттям стало використання М. Бютором займенника другої особи як суб'єктного стрижня романної оповіді в його відомому творі "Переміна": "Vous avez mis le pied gauche sur la rainure de cuivre, et de votre épaule droite vous essayez en vain de pousser un peu plus le panneau coulissant. Vous vous introduisez par l'étroite ouverture en vous frottant contre ses bords, puis, votre valise couverte de granuleux cuir sombre couleur d'épaisse bouteille, votre valise assez petite d'homme habitué aux longs voyages, vous l'arrachez par sa poignée collante, avec vos doigts qui se sont échauffés, si peu lourde qu'elle soit, de l'avoir portée jusqu'ici, vous la soulevez et vous sentez vos muscles et vos tendons se dessiner non seulement dans vos phalanges, dans votre paume, votre poignet et votre bras, mais dans votre épaule aussi, dans toute la moitié du dos et dans vos vertèbres depuis votre cou jusqu'aux reins. Non, ce n'est pas seulement l'heure, à peine matinale, qui est responsable de cette faiblesse inhabituelle, c'est déjà l'âge qui cherche à vous convaincre de sa domination sur votre corps, et pourtant, vous venez seulement d'atteindre les quarante-cinq ans" [Butor 1980, с. 7]. Теперішній час повертає тут собі атемпоральність постійного, неперервного "зараз" разом із замкненою тілесністю "тут" суб'єкта, який переживає власне буття.

Однією з нових форм дискурсивізації експерієнсної домінанти став прийом, відомий під назвою "потік свідомості", внутрішній монолог, який, як і займенникова гра, є різновидом складної

мовленнєвої форми – невласне прямої мови, яка здобула значне поширення у французькій літературі, починаючи з другої половини XIX ст. Як зазначає Н. Саррот: "Він [читач] захотів поглянути ще далі чи, якщо бажаєте, ще ближче. І йому не потрібно було багато часу, щоб помітити те, що сховано за внутрішнім монологом: нескінченне багатоманіття відчуттів, образів, почуттів, спогадів, раптових спонук, замаскованих вчинків, які не виразить жодна внутрішня мова, які товпляться біля дверей свідомості, об'єднуючись у тісні групи, миттєво виникаючи й одразу ж розсипаючись, створюючи нові сполуки і набуваючи нових форм, неперервно розгортаючись, подібно паперовій стрічці, яка виносить з телеграфічного апарату нескінченний потік слів" [3, с. 230].

Варто зазначити, що потік свідомості як літературний прийом був уведений у 80-х рр. XIX ст. французьким письменником Е. Дюжарденом. У наступному фрагменті з його твору *Les lauriers sont coupés* спостерігаємо активний пошук "нової" суб'єктності, де протиставлення тілесності і внутрішнього Я породжує його множинність у сприйнятті дійсності та взаємодії зі світом: "Un soir de soleil couchant, d'air lointain, de cieux profonds; et des foules qui confuses vont; des bruits, des ombres, des multitudes; des espaces infiniment en l'oubli d'heures étendus; un vague soir... Car sous le chaos des apparences, parmi les durées et les sites, dans l'illusoire des choses qui s'engendrent et qui s'enfantent, et en la source éternelle des causes, un avec les autres, un comme avec les autres, distinct des autres, semblable aux autres, apparaissant un le même et un de plus, un de tous donc surgissant, et entrant à ce qui est, et de l'infini des possibles existences, je surgis; et voici que pointe le temps et que pointe le lieu; c'est l'aujourd'hui; c'est l'ici; l'heure qui sonne; et au long de moi, la vie; je me lève le triste amoureux du mystère génital; en moi s'oppose à moi l'advenant de frêle corps et de fuyante pensée; et me naît le toujours vécu rêve de l'épars en visions multiples et désespéré désir... Voici l'heure, le lieu, un soir d'avril, Paris, un soir clair de soleil couchant, les monotones bruits, les maisons blanches, les feuillages d'ombres; le soir plus doux, et une joie d'être quelqu'un, d'aller; les rues et les multitudes, et dans l'air très lointainement étendu, le ciel; Paris à l'entour chante, et, dans la brume des formes aperçues, mollement il encadre l'idée; soir d'aujourd'hui, oh soir d'ici; là je suis" [Dujardin E. 1887].

Відтепер лінійно й цілеспрямовано організоване в традиційній моделі (авто)біографічного дискурсу-оповіді життя персонажа перетворюється на калейдоскоп відчуттів, вражень, психо-

логічних станів. "Читач, – пише Н. Саррот, – змушений був сконцентрувати всю свою увагу і цікавість на певних нових психологічних станах, відволікшись від нерухомого персонажа, до якого вони були довільно прив'язані. У нього на очах час перетворився зі стрімкого потоку, який підштовхував уперед інтригу, у стоячу воду, в глибинах якої відбуваються повільні і майже невловимі процеси розпаду; у нього на очах наші вчинки втратили свої звичні спонуки й загальноприйнятий смисл, виникли почуття, раніше невідомі, а почуття добре відомі змінили свої форми і назви" [3, с. 203]. Отже, "психологічний елемент … непомітно звільняється від предмета, з яким був нероздільно злитим. Він прагне до самодостатності, до того, щоб обійтися, наскільки це можливо, без опори" [3, с. 208].

Ці пошуки можуть служити ілюстрацією до тези М. Фуко про "порожню" позицію функції суб'єкта висловлення: "суб'єкт висловлювання є детермінованою функцією, але ця функція не обов'язково однакова для різних висловлювань; по-перше, тому, що це функція порожня і вона може заповнюватися індивідами, до певної міри незацікавленими, коли їм випадає формулювати висловлювання, по-друге, тому що один і той самий індивід може по черзі займати різні позиції в послідовності висловлювань і виконувати роль різних суб'єктів" [4, с. 148–149]. У наступному уривку з роману *Планетарій* Н. Саррот синкретизм буттєвості відтворено через розчинення суб'єкта в самому сприйнятті навколишнього світу, зміні його позиціонування від "нульового рівня" безсуб'єктності до об'єктності третьої особи:

"Le déclic léger de la gâchette, le claquement bref de la porte de la cuisine, le bruit décroissant de leurs semelles sur les marches en ciment de l'escalier résonnent comme une menace sournoise ce sont les signes avant-coureurs du grand silence de la solitude, de l'abandon. Elle est livrée à elle-même. Oubliée sur le terrain dévasté. Il y a de la sciure partout. Des éclats de bois, des vis rouillées jonchent le parquet, les meubles poussés en tous sens ont des poses saugrenues, et la porte a un air étrange, un air déplacé du replâtrage, une pièce rapportée. un air de camelote prétentieuse au milieu de ces murs minces d'appartements construits en série. Mais pas d'affolement surtout, il faut ramasser ses forces pour calmer cette sensation de vide, de froid, bien regarder. il n'y a pas de doute, c'est évident, c'est bien cette poignée hideuse, cette poignée de bistrot, de lavabos, qui donne à la porte, à tout autour cet air faux, tocard. Elle fait un grand effort, elle capte, elle tire. et à la place du mince tube

creux en métal blanc, imitant misérablement une sorte d'aileron, vient se poser une lourde poignée de vieux cuivre adorablement patiné, une vieille poignée de château elle s'incurve doucement et son bout, délicatement relevé, s'enfle en une petite boule dont les reflets soyeux font jouer la moirure du bois et l'or d'une plaque de cuivre ouvragé, aux arabesques élégantes. Mais non, rien, ici, pas de plaque du tout, juste le bois. mais ils ont creusé des trous, leurs vrilles ont creusé la chair tendre du chêne. ils ont tout gâché, exprès, tout détruit. Pourquoi tricher ? Tout est perdu. Tous ces efforts pour rien. Ces espoirs. cette lutte. Pour arriver à quoi ? Dans l'attente de quoi ? Pour qui, après tout ? Personne ne vient la voir pendant des semaines, des mois" [Sarraute 1959, c. 17–18].

Останній уривок яскраво демонструє так званий "субстантивний стиль" сучасної французької словесності, який стає ознакою французького роману, починаючиз 20-х рр. XX ст., і має на меті виокремити певне явище, предмет, ознакучи, скоріше, сприйняття цього явища, предмета чи ознаки суб'єктом, який переживає певний фрагмент свого життя, зняти динаміку й логіку часового слідування, відтворити атемпоральність перманентного теперішнього, експерієнсної презентації дійсності. Варто зазначити, що така тенденція до субстантивації, синтаксичної номінативності в цілому є характерною для сучасної французької мови, що відзначали такі дослідники-лінгвісти, як Ш. Баллі, А. Ломбар, В. Г. Гак.

Таким чином, спостерігаємо конвергенцію суспільного та дослідницького запиту, дискурсивно-жанрового експерименту, передусім у французькому "новому романі" XX ст., і певних тенденцій у становленні й розвитку мовленнєво-стильових домінант сучасної французької мови, що свідчить про посилення інтересу до складного явища буттєвості. З одного боку, відбувається активне поширення жанрів автентичних "історій життя", їхнє використання в дослідницьких цілях, а з іншого – тенденції до відтворення синкретизму буттєвості в автентичних "первинних" жанрах та літературно-художній площині, що веде до жанрових модифікацій, передусім у романній оповіді. На рівні дискурсивної організації ці тенденції виявляються у модифікації структури дискурсів та жанрів з екзистенційною домінантою, зокрема в ускладненні структури суб'єктності, відмові від логіки часово-подієвої послідовності, цілісності, завершеності та спробах відтворення синкретизму сприйняття себе і світу, презентації власної буттєвості, зокрема у форматі актово-жанрових утворень, таких як потік свідомості, дискурсивних формах невласне прямої мови, субстантивному стилі. Перспективу подальших досліджень вбачаємо в розширенні поля пошуку смисло-

вих матриць екзистенційності та встановленні дискурсивного поля вираження складного явища буттєвості в його психосоціальних, культурологічних, лінгвопрагматичних виявах у франкомовному культурному просторі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Балли Ш.* Общая лингвистика и вопросы французского языка / Ш. Балли. – М. : Изд-во иностранной литературы, 1955.

2. *Бурбело В. Б.* Комунікативні і дискурсивні іпостасі мовця у французькій лінгвокультурі / В. Б. Бурбело // Мовні і концептуальні картини світу. – 2013. – Вип. 43. – Ч. 1. – С. 192–203.

3.*Саррот Н.* Тропизмы. Эра подозрения / Н. Саррот. – М. : Полинформ – Талбури, 2000.

4. *Фуко М.* Археологіязнання / М. Фуко. – К. : Основи, 2003.

5.*BourdieuP.* L'illusionbiographique / P. Bourdieu // Actesdelarechercheen-sciencessociales. – 1986. – Vol. 62–63. – P. 69–72.

6. *Foucault M.* "Nietzsche, lagénéalogie, l'histoire" / M. Foucault // Hommage à JeanHyppolite. – P. : P.U.F., 1971. – P. 145–172.

7. *Lejeune P.* Le Pacte autobiographique / P. Lejeune. – P. : Seuil, 1975.

8.*Maingueneau D.* L'analyse des discours constituants / D. Maingueneau, F. Cossuta // Langages. – 1995. – №°117. – P. 112–125.

9.*Robbe-Grillet A.* Le miroir qui revient / A. Robbe-Grillet. – P. : Éditions de Minuit, 1984.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. *Butor M.* La modification / M. Butor. – P. : Editions de Minuit, 1980.

2. *Dujardin E.* Les lauriers sont coupés, 1887. – Режимдоступувід 10.02.2016: http://www.gutenberg.org/files/26648/26648-h/26648-h.htm 3.

3. *Rousseau J.-J.* Les Confessions, 1782. – Режим доступу від 12.03.2016: http://www.ebooks-bnr.com/ebooks/pdf4/rousseau_les_confessions.pdf

4. *Sarraute N.* Le Planétarium / N. Sarraute. – Éditions Gallimard, 1959.

Стаття надійшла до редколегії 14.04.2016 р.

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

ЭКЗИСТЕНЦИАЛЬНЫЙ ДИСКУРС И ЕГО ЖАНРОВЫЕ РАЗНОВИДНОСТИ ВО ФРАНКОЯЗЫЧНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Посвящена вопросу выделения типологических черт экзистенциального дискурса, раскрытия его протодискурсивной сущности и определения главных матриц – экзистем, которые положены в основу вычленения жанровых разновидностей этого дискурса. Описана специфика трактовки вопросов экзистенциальности во французской лингвокультуре, а также тенденции их художественно-философского освоения и речевого выражения.

Ключевые слова: *экзистенциальный дискурс, жанр, экзистема, субъект, синкретизм, франкоязычное культурное пространство, французский язык.*

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

EXISTENTIAL DISCOURSE AND ITS GENRE TYPES IN FRANCOPHONE SPACE

The article deals with the question of establishing the typological features of existential discourse, as well as displaying its proto-discourse essence and defining the main matrices–existemes, which constitute the basis for identification of genre types for this discourse. The article describes the specificity of interpreting the questions of existentiality in the French linguo-culture, as well as the main trends of their linguistic expression, literary and philosophical development.

Keywords: *existential discourse, genre, existeme, subject, syncretism, francophone cultural space, the French language.*

УДК 81'27'42.7:003

Бурмістенко Т. В., канд. філол. наук, доц.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ЛІНГВОКОМУНІКАТИВНІ ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІНСЬКОГО ДИСКУРСУ

Представлено аналіз лінгвістичних особливостей управлінського дискурсу і, зокрема, автор доводить, що управлінський дискурс має певну кількість інституціональних особливостей. Автор уводить своє власне визначення цього конкретного типу дискурсу й деталізує деякі мовні засоби його реалізації.

Ключові слова:*управлінський дискурс, засоби управлінської комунікації, інституційні риси, директивна функція.*

Гуманітарні науки протягом усього XX ст. були під впливом феномена мови. За словами Річарда Рорті, "мова вербує світ", а, отже, надійне знання про світ зашифроване саме в мові [14, с. 107–108]. Вивчення мови є ключем до вивчення людини та світу. Даний постулат є базовою методологічною установкою до різних суспільних дисциплін і одержав назву "лінгвістичного повороту". Із кінця 1960-х рр. "лінгвістичний поворот", насамперед, завдяки широкому поширенню ідей і термінології постмодернізму й семіотики в інтелектуальних колах, перетворюється в "дискурсивний поворот".

Сьогодні дослідження в області "теорії дискурсу" є одним із напрямів, що найактивніше досліджується в сучасних суспільних науках, у тому числі і в лінгвістиці. Про це свідчить зростаюча щороку кількість публікацій, наукових конференцій, університетських дисциплін і дисертацій, присвячених різним сферам застосування теорій дискурсу й дискурс-аналізу.

Велику кількість робіт присвячено опису історії становлення досліджень у галузі вивчення дискурсу (Кубрякова 2000, Макаров 1998, Макаров 2003, Русакова 2006, Серіо 1999 та ін.). Також широко представлено специфічні огляди, що відображають різні підходи до визначення дискурсу (Arnason 1997; Карасик 2004; Кубрякова 2004; Макаров 2003; Паршин 1999; Петрова 2003; Серіо 2002; Slembrouck 2001; Чернявская 2001, 2006; Чудинов 2001, 2003; Шейгал 2004 і ін.).

У межах представленого дослідження ми спираємося на Н. Д. Арутюнову, яка розуміє дискурс "як зв'язний текст у сукупності з усіма екстралінгвістичними (прагматичними, соціокультурними, психологічними) й іншими факторами; як "мовлення, занурене в життя" [1, с. 136–137], тобто мовлення, що має безпосередні зв'язки з "живим життям" і розглянуте як цілеспрямована соціальна дія, як компонент, що бере участь у взаємодії людей і механізмів їх свідомості (тобто, когнітивних процесах).

Як підкреслює А. П. Чудинов, "перевага такого підходу в тому, що дискурс не обмежується межами саме тексту, а включає також соціальний контекст комунікації, що характеризує її учасників, процеси продукування й сприйняття мовлення з урахуванням фонових знань" [12, с. 143].

При вивченні дискурсу на перший план висувається проблема, пов'язана з його класифікацією. Розглядаючи це питання з позиції соціолінгвістики, В. І. Карасик вважає за можливе виділити два типи дискурсу: індивідуально-орієнтований (особистісний) і статусно-орієнтований. Індивідуально-орієнтований дискурс проявляється в таких основних сферах спілкування, як побутова й буттєва, при цьому побутове (повсякденне) спілкування є генетично вихідним типом дискурсу, а буттєве спілкування виражається у вигляді художнього, філософського, міфологічного діалогу. У свою чергу статусно-орієнтований дискурс може мати інституціональний і неінституціональний характер, залежно від того, які суспільні інститути функціонують у соціумі в конкретний історичний проміжок часу. Так, наприклад, у сучасному суспільстві можна виділити науковий, політичний, релігійний, педагогічний, медичний, військовий, юридичний, дипломатичний, діловий, рекламний, спортивний та інші типи інституціонального дискурсу [6, с. 199].

Управлінський дискурс – це складна структура, яка об'єднує його інституціональні й когнітивно-лінгвістичні компоненти, що відрізняють його від усіх інших типів дискурсу. Управлінський дискурс – це процес творчого проходження норми, яка диктується й пізнається

через складну й багатомірну "професійну" картину світу, базисні поняття управлінської культури, професійно спрямовані ідеї й концепти, норми інституціональної й міжособистісної поведінки, які детермінують ділове спілкування, ціннісні орієнтири, схеми, фрейми стереотипних ситуацій, формули. Усі ці знання вербалізуються в текстах професійної спрямованості на лінгвокогнітивному рівні[7].

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

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

На відміну від інших типів дискурсу, наприклад, наукового, характерною рисою якого є принципова рівність усіх учасників наукового спілкування, в управлінському дискурсі керівник (агент) завжди "має монополію на істину" [6]. Така позиція змушує людей, які спілкуються з ним, ставитися до нього з повагою. Якщо серед учених прийняте поважне звертання "колега", що нейтралізує всі статусні ознаки, то керівники різних рівнів відрізняються своїм прагненням встановити різні бар'єри для сторонніх, демонструючи своє домінантне становище. Тому діада "агент–клієнт", яка використовується для опису учасників різних видів інституціонального дискурсу, в управлінському дискурсі проявляєтьсяособливо яскраво.

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

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

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

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

По-четверте, базові цінності управлінського дискурсу – це сукупність того, що становить найбільшу значимість для керівника будь-якого рівня й зумовлює мету цього дискурсу. Цінності управлінського дискурсу сконцентровані в його основних концептах (визначення проблеми, план вирішення проблеми, призначення відповідальних за

виконання, фінансова підтримка). Вони зводяться до визнання існування професійнозначущих проблем, до необхідності довести їхню об'єктивність, до знаходження способів їхнього вирішення, до пропозицій щодо найефективнішого розв'язання цих проблем.

Так, цінності, за визначенням В. І. Карасика, можуть бути "відкритими", підкресленими (виділеними), наприклад, стосовно релігійного дискурсу (віра, визнання Бога, розуміння гріха й чесноти, порятунок душі), і "схованими, які потребують доведення (підтвердження)", що існують у межах, наприклад, наукового дискурсу (істина, знання, дослідження) [6, с. 223, 231]. Отже, можна стверджувати, що суть управлінського дискурсу полягає у використанні всіх вищезгаданих способів затвердження цінностей (що, у свою чергу, залежить від комунікативних стратегій, застосовуваних у конкретній ситуації для максимально сильного впливу на адресата).

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

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

По-шосте, стратегії управлінського дискурсу реалізуються в його жанрах. На думку дослідника О. С. Сищикова, поняття жанру за останній час зазнало великих змін. Жанр перестав бути лише формою побудови спеціальних лексичних, фразеологічних і синтаксичних одиниць відповідно до типової композиції жанру. Будь-який текст, що представляє той або інший жанр, реалізується в комунікативній ситуації, тому жанр необхідно розглядати як одиницю дискурсу, а не функціонального стилю. Офіційно-діловий стиль – система, яка охоплює широкий масив мовних засобів, що обслуговує не лише управлінський дискурс, але й інші види інституціонального спілку-

вання: юридичний, політичний, дипломатичний. Поняття ж дискурсу поєднує мовні засоби в комбінації з умовами комунікації [10, с. 32]. В управлінському дискурсі можна виділити усний і письмовий жанр. До усного жанру можна віднести: офіційну доповідь на конференції, виступ на зборах або нараді, ведення переговорів, інтерв'ю, дискусії, ділові розмови, ділові прийоми, телефонні розмови. Письмовий жанр містить у собі: ділову переписку, конспекти, тези доповідей, переклад доповіді іноземною, тексти догани, накази, ділове й електронне листування, стенограми телефонних переговорів, бізнес-план та інше.

У межах нашого дослідження відбір текстів для аналізу проводився не на основі їхньої жанрової належності, а відповідно до їхньої тематики, наприклад, специфічна лексика відповідно до посади, спеціальна термінологія, а також особливі дискурсивні формули. "Під дискурсивними формулами розуміються своєрідні звороти мовлення, властиві спілкуванню у відповідному соціальному інституті" [6, с. 233]. Ці формули поєднують усіх представників управлінської сфери. Специфіка управлінської термінології полягає в тому, що поряд із уже усталеними термінами можуть використовуватися запозичення з іноземної (напр., кінцевий термін – *deadline*; фахівець із добору кадрів – *recruiter*; план розвитку – *roadmap* та ін.).

Дискурсивні формули управлінського дискурсу також містять у собі особливі корпоративні норми управлінської етики, специфічні норми поведінки, пов'язані, наприклад, зі збереженням конфіденційності інформації про діяльність компанії, її співробітників і т. д.; (напр., приховування відкриттів і винаходів; добір кадрів за принципом знайомства; приниження підлеглих; розкриття службових і комерційних секретів; розкриття джерела інформації, отриманої довірчим шляхом; неповернення боргу в зазначений термін та ін.). Не можна не відзначити добре розроблену в керівників систему ритуальних знаків, як наприклад, власний дресс-код.

Отже, подібно до будь-яких інших інституціональних типів дискурсу *управлінський дискурс* будується "запевним шаблоном, але ступінь трафаретності різних типів і жанрів цього дискурсу різний" [6]. Хоча процес ухвалення управлінського рішення вимагає чіткого проходження певних правил і стратегій, у реальному житті прототипний порядок дискурсу часто порушується.

У структурі сучасного керівництва підприємством можуть виділятися такі моделі: структурно-ситуаційна, інноваційна, феноменологічна, конфліктна, селекційна [4]. Розробниками їх є Дж. Лорш, П. Лоуренс, Дж. Томпсон. М. Киртон, С. М. Сигел, І. Ансофф, Ч. Арджирис, Р. Данкан, Дж. Мейер і Б. Роуэн.

У лінгвістичних дослідженнях можна виділити три базові підходи доаналізу дискурсивної комунікації: дескриптивний, критичний і когнітивний. Ці підходи відіграють особливу роль у формуванні теорії управлінського дискурсу, оскільки саме вони є семантичний аспект будь-якої комунікації. *Дескриптивний підхід* використовувався у класичній методиці риторичного аналізу публічних виступів, висвітлений у працях прадавніх ораторів (Арістотеля, Цицерона, Квінтилліана). Цей підхід містить у собі, насамперед, аналіз мовної поведінки: мовних засобів, риторичних прийомів і маніпулятивних стратегій [W. Bergsdorf 1978, J. M. Atkinson1984, А. М. Баранов 2004, П. Б. Паршин 1999]. Іншим напрямом дескриптивного підходу є аналіз змістової сторони текстів, тобто контент-аналіз, який, на думку Е. І. Шейгала, дозволяє виявити когнітивні диспозиції окремих особистостей – цінності, схильність до конфліктних ситуацій або співробітництва, характер причинно-наслідкових зв'язків у відповідних фрагментах картини світу [13, с. 23]. *Критичний підхід* розглядає мову як засіб влади й управлінського контролю [2, с. 312]. *Когнітивний підхід* відноситься до моделювання структури свідомості – формування когнітивної бази, розглядається як основний у сукупності з дискурсивним підходом.

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

Управлінський дискурс є специфічним способом мислення й орієнтований на досягнення характерних для нього цілей. У наш час в управлінському дискурсі з'явилося безліч інновацій, які вимагають глибинного лінгвістичного осмислення.

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

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

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Арутюнова Н. Д.* Метафора и дискурс // Теория метафоры: сборник научных трудов ; пер. с англ., фр., нем., исп., польск / Н. Д. Арутюнова. – М. : Прогресс, 1990. – С. 136–137.

2. *Ван Дейк Т. А.* Язык. Познание. Коммуникация ; пер. с англ. / Т. А. Ван Дейк. – М. : Прогресс, 1989.

3. *Дискурс* іноземномовної комунікації : монографія / за ред. К. Я. Кусько. – Л., 2001.

4. *Дискурс* як когнітивно-комунікативний феномен : монографія / за ред. І. С. Шевченко. – Х. : Константа, 2005.

5. *Иссерс О. С.* Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. – 4-е изд. – М. : КомКнига, 2006.

6. *Карасик В. И.* Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. – Волгоград : Перемена, 2002.

7. *Кочмар О.* Концептуально зумовлена залежність розгортання дискурсу управлінської комунікації / О. Кочмар // Вісн. Львів. ун-ту. Серія іноземні мови. – Л., 2013. – Вип. 21. – С. 69–76.

8. *Пастернак Т. А.* Комунікативні стратегії і тактики дискурсу "співбесіда при прийомі на роботу" / Т. А. Пастернак // StudiaLinguistica : Зб. наук. пр. – К. : ВПЦ "Київський університет", 2011. – Вип. 5. – Ч. 2. – С. 363–367.

9. *Радзієвська Т. В.* Нариси з концептуального аналізу та лінгвістики тексту. Текст – Соціум – Культура – Мовна особистість : монографія / Т. В. Радзієвська. – К. : ДП "Інформативно-аналітичне агентство", 2010.

10. *Сыщиков О. С.* Имплицитность в деловом дискурсе : автореф. на соискание уч. степени канд. филол. наук. – Волгоград, 2000.

11. *Хабермас Ю.* Комунікативна дія і дискурс – дві форми повсякденної комунікації / Ю. Хабермас // Першоджерела комунікативної філософії. – К. : Либідь, 1996. – С. 84–90.

12. *Чудинов А. П.* Россия в метафорическом зеркале : когнитивное исследование политической метафоры (1991–2000) / А. П. Чудинов : монография. – Екатеринбург, 2001.

13. *Шейгал Е. И.* Семиотика политического дискурса : монография. – Волгоград : Перемена, 2000.

14. *Rorty R.* Philosophyasa Kindof Writting. Consequencesof Pragmatism. – Brighton, 1982. – P. 107–108.

Стаття надійшла 14.04.2016 р.

Бурмистенко Т. В., канд. филол. наук, доц.
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

ЛИНГВОКОММУНИКАТИВНЫЕ ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО ДИСКУРСА

Представлен анализ лингвистических особенностей управленческого дискурса и, в частности, автор доказывает, что управленческий дискурс имеет определенное количество институциональных особенностей. Автор вводит свое собственное определение этого конкретного вида дискурса и детализирует некоторые языковые средства его реализации.

Ключевые слова: *управленческий дискурс, средства управленческой коммуникации, институциональные особенности, директивная функция.*

Burmistenko T., PhD, Associate Professor
Taras Shevchenko National University of Kyiv

LINGUISTIC AND COMMUNICATIVE ASPECTS OF MANAGERIAL DISCOURSE

The article presents the analysis of the linguistic peculiarities of managerial discourse; in particular, the author proves that the managerial discourse possesses a certain number of institutional features. The author introduces her own definition of this specific type of discourse and details some linguistic means of its implementation.

Keywords: *managerial discourse, means of managerial communication, institutional features, directive function.*

УДК 811.111.06.053

Василюк О. В., асп.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ЛІНГВОПРАГМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ

Присвячено вивченню лінгвістичних особливостей формування таких складових корпоративної культури компанії, як місія та бачення. Зосереджено на аналізі мовних засобів у цих елементах корпоративної культури відомих компаній. Запропоновано визначення поняття "сервісного бачення" та розглянуто його опорні компоненти.

Ключові слова: *корпоративна культура, корпоративний дискурс, місія, бачення, сервісне бачення.*

Роль корпоративної комунікації у сучасному суспільстві невпинно зростає. Нині керівники компаній усвідомлюють, що успіх на ринку залежить не лише від запровадження новітніх технологій і розширення виробничої бази. Компанії все більше уваги приділяють ефективним технологіям ведення бізнесу й роботи з персоналом. Зміна ставлення до трудових ресурсів та усвідомлення важливості культури актуалізували поняття корпоративної культури. Сучасні компанії активно формують і підтримують корпоративну культуру як невід'ємну складову діяльності компанії. Корпоративна культура як сукупність цінностей і переконань, які задають орієнтири поведінки й діяльності, є одним із найефективніших засобів мотивації співробітників і залучення персоналу [2, с. 7].

Корпоративна культура сприяє розвитку корпоративного дискурсу, адже культура реалізується в корпоративних кодексах, наповненні корпоративних сайтів і міжособистісній комунікації в межах ком-

панії. Корпоративний дискурс досліджували як вітчизняні, так і зарубіжні вчені. Лінгвопрагматичні та соціолінгвістичні особливості корпоративного дискурсу були розглянуті у працях Т. Р. Ананко (2007), А. О. Колобової (2009), специфіка корпоративного дискурсу як елемент корпоративної культури у працях Т. М. Персикової (2002), А. В. Пятицької (2007), А. А. Селютина (2009), О. В. Шефера (2007) та ін. Зарубіжні вчені – G. Jones (2006), H. Farrell (2004), T. Peters (2006), C. Poynton (2000), K. Locker (2004) зосередили свої дослідження на корпоративній комунікації й лексиці ділового спілкування.

Відповідно до визначення Т. Р. Ананко, корпоративний дискурс – цілеспрямована комунікативна дія, яка реалізується в інституційній сфері та виявляється в міжособистісних стосунках, обслуговує всі рівні функціонування компанії, відповідає основним положенням корпоративної культури [1, с. 3–4]. Корпоративний дискурс можна розглядати як загальну комунікативну діяльність компанії на різних рівнях. Згідно з конкретнішим визначенням, корпоративний дискурс можна вважати набором соціальних практик, які включають широкий спектр текстів і жанрів, але не обмежуються лише ними, оскільки в будь-який час можлива поява нових засобів, які будуть безпосередньо представляти й реалізовувати корпоративний дискурс [15].

Корпоративна культура – модель цінностей, норм та упереджень, які формуються протягом розвитку компанії та проявляються в поведінці працівників. Одними з елементів корпоративної культури є місія, бачення й цінності, які характеризують і формують цілі та стратегії розвитку компанії. Місія формулюється як певний девіз, який в імплікації містить особливості та відмінності компанії від її прямих конкурентів [5, с. 15]. Місія формує цінності та принципи бізнесу, відображає призначення компанії і її позиціонування в суспільстві.

Особливе значення місії для діяльності організації полягає в тому, що місія:

– є основою стратегічних рішень організації;

– створює впевненість, що в організації є ясні, чіткі цілі;

– поєднує зусилля працівників на вибраних напрямах;

– створює розуміння та підтримку серед представників пов'язаних груп (акціонери, власники, що фінансують організації, владні структури, менеджери).

Місія повинна бути чітко й коротко сформульована та легко запам'ятовуватись. Однак процес створення місії досить складний, тому багато компаній допускають помилки, використовуючи велику кількість модних та екстравагантних слів, які мало розповідають про компанію. Місія повинна точно вказувати на переваги компанії й бути зрозумілою кожному.

Щодо змісту місії не існує однозначного розуміння. На думку різних авторів [10;12;6], у змісті місії можуть бути відбиті такі основні аспекти:

- **сформульовано цілі й цінності організації** (*Torefreshtheworld...To inspire moments of optimism and happiness... To create value and make a difference (*компанія Coca-Cola);
- **описано суть бізнесу (продукт чи сервіс)** (*The mission of The Walt Disney Company is to be one of the world's leading producers and providers of entertainment and information*);
- **визначено аудиторію, для кого існує компанія** (*At Microsoft, our mission is to enable people and businesses throughout the world to realize their full potential*);
- **окреслено відповідальність компанії перед клієнтами** (як у компанії Intel: *Delight our customers, employees, and shareholders by relentlessly delivering the platform and technology advancements that become essential to the way we work and live*);
- **структуровано основні завдання, за допомогою яких компанія здійснює місію** (для PepsiCo основним завданням є: *to provide consumers around the world with delicious, affordable, convenient and complementary foods and beverages from wholesome breakfasts to healthy and fun daytime snacks and beverages to evening treats"*).

Оскільки місія формується як девіз, їй притаманні комунікативні характеристики, такі як інформативність, точність і персуазивність. Мовне оформлення місій компаній має свої особливості. У формуванні місій компаній зустрічається використання інфінітивних конструкцій:

- *To create new value, excite and delight our customers through the best automotive products and services* (**Mazda**);
- *To provide the best customer service possible* (**Zappos.com**);
- *To continually improve the effectiveness of our Quality Management System and our business processes. To continually improve the quality of our products and services* (**Mercedes**);
- *To continuously deliver shareholder value by manufacturing and supplying oil products and services that satisfy the needs of our customers*(**The Shell**).

У останніх двох прикладах прислівник розташований між часткою to та дієсловом, що наближає його до ініціальної позиції у реченні з метою привернути увагу читача та посилити переконання.

Місії можна класифікувати за різними показниками. Однією із класифікацій, яка орієнтується на те, на що саме наголошується в місії, є поділ на корпоративні та товарні. Товарними вважаються ті, у яких спостерігається прихована реклама продукту компанії або послуг, які вона надає. Наприклад, компанія Appley своїй місії перераховує свої найбільш вдалі продукти: "*Apple designs Macs, the best personal computers in the world, along with OSX, iLife, iWork and professional software. Apple leads the digital music revolution with its iPods and iTunes online store. Apple has reinvented the mobile phone with its revolutionary iPhone and App store, and is defining the future of mobile media and computing devices with iPad*". На противагу компанії Apple, Google орієнтований на загальну рекламу компанії та створення оригінального позитивного іміджу компанії: "*to organize the world's information and make it universally accessible and useful*", хоча список продуктів компанії досить великий. Такий приклад можна віднести до корпоративних місій.

Місія повинна обов'язково підкреслювати відмінність від конкурентів. Тому можна виділити раціональні переваги:

1) першість серед торгової категорії:

- *Be America's best quick-service restaurant* (**Chick-fil-A**)*;*
- *To be the Ultimate House of Luxury, defining style and creating desire, now and forever* (**Chanel company**);
- *Exxon Mobil Corporation is committed to being the world's premier petroleum and petrochemical company. To that end, we must continuously achieve superior financial and operating results while simultaneously adhering to high ethical standards* (**ExxonMobil Corporation**).

2) якісна характеристика об'єкта реклами. Залежно від товару й напряму діяльності в місії компанії підкреслюють прикметником саме ту якісну характеристику, яка важлива для цієї сфери. Так, наприклад, для сфери швидкого харчування найголовнішим є швидкість і свіжість продуктів, а також невисока ціна:

- *To sell food in a fast, friendly environment that appeals to pride conscious, health minded consumers*(**KFC**)*;*
- *Offer reasonably priced quality food, served quickly, in attractive, clean surroundings* (**Burger King**);

▪ *Since 1948, we have maintained a simple philosophy – serve only the highest quality product, prepare it in a clean and sparkling environment, and serve it in a warm and friendly manner. We have built a reputation for fresh, made-to-order foods prepared and served by friendly, well-trained Associates*(**In-N-Out Burger**)*;*

▪ *Our mission is to be our customers' favorite place and way to eat & drink. We're dedicated to being a great place for our people to work; to being a strong, positive presence in your community; and to delivering the quality, service, cleanliness and value our customers have come to expect from the Golden Arches – a symbol that's trusted around the world* (**McDonald's**).

У сфері готельного обслуговування показниками якості можна вважати такі лексеми, як *comfort, hospitality*:

▪ ***The Ritz-Carlton Hotel*** *is a place where the genuine care and comfort of our guests is our highest mission* (**Ritz-Carlton Hotel**);

▪ *To be the preeminent global hospitality company - the first choice of guests, team members, and owners alike* (**Hilton**);

▪ O*ur mission is to be the world's premier host, creating a great experience for every person everytime*(**Hyatt**);

▪ *To be the #1 hospitality company in the world*(**Marriott hotel**).

Рекламна стратегія "імідж марки" теж присутня в місіях компаній. Вона базується на створенні образів, які апелюють до розкоші. Така стратегія може мати натяк на високий соціальний статус, лідерство чи індивідуальність, як наприклад у місіях відомих компаній:

▪ *To be the world's most respected and successful designer, manufacturer and retailer of the finest jewelry* (**Tiffany & Co.**);

▪ *The BMW Group is the world's leading provider of premium products and premium services for individual mobility* (**BMW Group**);

▪ *The mission of the LVMH group is to represent the most refined qualities of Western "Art de Vivre" around the world. LVMH must continue to be synonymous with both elegance and creativity. Our products, and the cultural values they embody, blend tradition and innovation, and kindle dream and fantasy* (**The LVMH company**);

▪ *The price is forgotten long after the quality remains* (**Gucci**).

Іншою складовою корпоративного дискурсу є бачення перспектив розвитку компанії. Бачення – уявлення стратегії, породжене чи відображене у свідомості керівника. Воно створює орієнтири у веденні бізнесу. Баченняможна визначити як найменшу мету організації, яка є відображенням мрій і надій керівництва, які задають вектор розвитку організації. Крім того, бачення повинне мотивувати співробітників у досягненні заданого ідеалу.

Як вважає Ворнер Бенніс, усі лідери мають здатність до створення мотивуючого бачення, яке підштовхує людей до дій, а також здатність правильно інтерпретувати команді та втілювати бачення в життя. Сучасна література з лідерства часто описує лідера як людину, яка формує бачення, або людину, яка розуміє бачення мети існування компанії. Такий аспект лідерства є далекоглядним керівництвом [14].

Основними рисами вдало розроблених бачень компаній є:

- ясність і відсутність перебільшення (*To provide access to the world's information in one click* (**Google**));
- опис світлого майбутнього (*To be the company that best understands and satisfies the product, service and self-fulfillment needs of women – globally* (**Avon**));
- реалістичні прагнення, яких можна досягнути (*People working together as a lean, global enterprise for automotive leadership* (**Ford**));
- співвідношення з цінностями й культурою компанії (*Our Mission is to provide "Unique" Experiences for "Unique" Individuals. We have a passion for exceeding the expectations of our guests through personalized service accented by the cultural values of both the East and West* (**The Unique Collection of Hotels and Resorts**))

Прагматична спрямованість фраз, які формують бачення компаній, виражається за допомогою:

1) прикметників із позитивним оцінним значенням:

- *Our overall vision is for McDonald's to become a modern, progressive burger company delivering a contemporary customer experience. Modern is about getting the brand to where we need to be today and progressive is about doing what it takes to be the McDonald's our customers will expect tomorrow* (**McDonald's**);
- *Be the #1 Quick Service Restaurant (QSR) franchise in the world, while delivering fresh, delicious sandwiches and an exceptional experience* (**Subway Sandwich Fast Food Restaurants**);
- *To deliver innovative digital products and services that make our customers' lives better, easier and happier through increased functionality and fun* (**LG**);
- *To make people happy*(**Disney**).

2) використання прикметників у формі вищого та найвищого ступеня порівняння, що є найбільш популярним засобом при формуванні бачення компаній:

- *Be, and be recognized as, the best consumer products and services company in the world* (**Procter and Gamble**);
- *To be the most successful and respected car company in America* (**Toyota**);
- *To be the most profitable QSR business, through a strong franchise system and great people, serving the best burgers in the world* (**Burger King**).

3) Хронотопні маркери наголошують на надійності і життєздатності компанії, її високій репутації, яка перевірена часом:

- **The American Express**:*"We work hard every day to make American Express theworld's most respected service brand."*
- **General Motors Vision Statement**: *"Over the past 100 years, GM has been a leader in the global automotive industry. And the next 100 yearswill be no different. GM is committed to leading the industry in alternative fuel propulsion."*

Такі лексико-семантичні засоби сприяють емфатичному виділенню позитивних особливостей компанії та посилюють іллокутивну силу бачення.

Поняття "бачення" пов'язане з поняттям "місія організації". Місія – це виокремлення мети організації, тобто напрям розвитку організації. Бачення включає в себе не лише чітке визначення місії компанії, але й уявлення керівництва про те, якою стане компанія через певний час. Бачення пов'язане з корпоративною культурою та створює стандарти й цінності для кожного співробітника. Бачення є ефективним засобом мотивації всіх членів команди, оскільки воно сформоване на основі інтуїції та логічного аналізу. Із погляду психології, співробітники пишаються своєю компанією, якщо вона має чітко сформульовані цілі. Загалом ці поняття є взаємопов'язаними та взаємодоповнювальними, завдяки яким можна відрізнити одну компанію від інших.

Більшість сучасних компаній мають місію, ціль і бачення, однакове у всіх компаніях є справжнє сервісне бачення. Сервісне бачення можна визначити як цінність, яка полягає у високоякісному обслуговуванні. Тобто це вдало сформульований вираз, мета якого пояснити кожному співробітнику сенс цілей компанії та надихати людей, закликаючи до дій[16].

Сервісне бачення орієнтоване суто на членів команди, які мають безпосереднє відношення до клієнтів. Кожен співробітник розуміє, яким чином він впливає на сервісне бачення. Оскільки місія чи бачення – це корпоративні норми, вони орієнтовані на

довготермінову ціль. Кожен співробітник повинен усвідомлювати свою роль у здійсненні задуманого, незалежно від посади чи відділу, у якому вони працюють. На основі сервісного бачення відбувається відбір персоналу, формуються стандарти, проходить навчання персоналу та створюється філософія компанії. Невдало сформоване сервісне бачення стає всього лиш ще одним корпоративним висловом.

Сервісне бачення повинне відповідати таким критеріям:

- повинне бути легке у сприйнятті й розумінні;
- повинне закликати до дії;
- можна заміряти та спостерігати, а також йому можна навчити нових співробітників.

Однією з перших, хто розробив сервісне бачення, була компанія **Starbucks**: *To inspire and nurture the human spirit – one person, one cup and one neighborhood at a time*. Нині Starbucks активно рекламує своє сервісне бачення серед працівників: кожен працівник перечитує сервісне бачення щоразу, коли одягає фартух на початку зміни, і щоразу після її закінчення (Рис. 1).

Рис. 1. Сервісне бачення компанії Starbucks

Сервісне бачення спа-центру **John Robert's Spa,** "*Toenhancethequalityoflivesaroundus*", було незмінним протягом 17 років. Однак воно несло в собі велич, яка не була зрозуміла кожному співробітнику. Під час телефонної розмови, наприклад, оператору колл-центру складно визначити та поліпшити якість клієнтського життя. Сервісне бачення втратило свою цінність, адже його майже нереально дотримуватися. Після ребрендингу сервісного бачення кожен співробітник прагнув зробити день кожного клієнта особливим – "*tobethebestpartofourguests' day*". Успіх сервісу можна було заміряти тим, наскільки незабутнім став візит клієнта у спа-салон. Нове сервісне бачення мотивує операторів колл-центру зробити свій дзвінок найкращим і найбільш позитивним серед інших телефонних розмов клієнта протягом дня.

Заклад швидкого харчування **Chick-fil-A** революційно підійшов до сервісного бачення через акцент на привітності й гостинності – "**To make our guests feel cared for, unlike anywhere else"**. Кожен співробітник повинен надати такий сервіс клієнту, якого немає в жодному закладі харчування і показати свою гостинність. Таким чином, **Chick-fil-A** намагається надати ресторанний сервіс кожному клієнту.

NokiaSiemensNetworks нещодавно затвердили нову маркетологічну концепцію, яка спрямована на поліпшення сервісу – "KnowHow". Її основою є технологічна перевага компанії. Однак, ураховуючи конкуренцію на ринку та привабливі ціни, запропоновані іншими компаніями, концепції "KnowHow" недостатньо для того, щоб отримати перевагу над іншими. Тоді з'явилася друга частина концепції – "actnow". Однак не вистачало неочікуваного елемента – "createWOW". Така проста, але водночас могутня фраза стала путівником для майже 60000 працівників у всьому світі (Рис. 2).

- "KnowHow" – означає "знати свого клієнта, знати його потреби, його бажання, знати, що конкуренти роблять краще чи інакше".
- "Actnow" – закликає до дії, до здійснення задуманого.
- "CreateWOW" – означає "здивування клієнтів, захоплення колег, створення неочікуваного саме зараз".

Рис. 2. Концепція сервісного бачення компанії NokiaSiemensNetworks

Комплекс готелю й казино у Сингапурі, **Marina Bay Sands**, розробили сервісне бачення "We are Magnificent", яке повинно було спонукати надавати досвід величі кожному відвідувачеві й кожному члену команди. Однак основна мета – не бути величним і розкішним, а передавати такий досвід іншим. Із розвитком компанії удосконалювалось і її сервісне бачення – "*The Journey to Magnificence*" (Рис. 3). Саме це сервісне бачення присутнє тепер в усіх діях кожного члена команди та в обслуговуванні, яке вони надають.

Рис. 3. Візуалізоване сервісне бачення Marina Bay Sands

Кожне сервісне бачення базується на "опорних компонентах" (**SupportingPillars**). Ці компоненти є основою сервісного бачення та визначають подальшу поведінку, яка призводить до задоволення потреб клієнтів. "Опорні компоненти" задають напрям і розшифровують, які саме дії очікуються від кожного співробника (під персоналу й до власника компанії) для виконання сервісного бачення. Вони складаються із трьох напрямів обслуговування:

1) якість сервісу або продукту, який надають працівники компанії;

2) спілкування з клієнтом, як персонал ставиться до клієнта;

3) свобода дій для персоналу, щоб перевершити норму, зробити більше для клієнта.

RestaurantsUnlimited, Inc. розробили таке сервісне бачення – "*Tomakeeveryguestfeellikeouronlyone*", яке базується на опорних компонентах:

- Make it Right – передбачає поєднання якісних продуктів, ідеальної атмосфери в залі й уваги до деталей;
- Make it Special – кожен співробітник повинен передавати своє захоплення справою й компанією та робити кожний візит гостя незабутнім;
- Make it Happen – будь-хто з працівників уповноважений зробити більше, ніж входить у його обов'язки, аби вирішити будь-яку ситуацію.

SuperiorGlove – провідний виробник і постачальник робочих рукавиць. Сервісний відділ переважно спілкується з клієнтами-представниками компаній або з тими клієнтами, які перепродають рукавиці або купують їх для свого персоналу. Клієнти розміщують свої замовлення онлайн або по телефону. Сервісне бачення SuperiorGlove, "*Deliveringasuperiorserviceexperience*", орієнтоване на високоякісне обслуговування, яке стане незабутнім досвідом для кожного клієнта. Сервісне бачення досягається за допомогою таких компонентів:

- *Know It* – ідеальне знання продукту, вузькоспеціалізована галузь, оскільки залежно від різних умов праці необхідні різні види рукавиць. Кожний співробітник повинен надавати чітку та змістовну інформацію й відповідати на кожен запит дуже швидко.
- *Show It* – привітність, розуміння та персональний підхід.
- *Own It* – розуміння потреби клієнта та вирішення будь-яких проблем.

Нині кожен працівник компанії постійно має перед очима сервісне бачення разом із його компонентами: текст розміщений на рукавицях співробітників (Рис. 4).

Рис. 4. Зображення компонентів SuperiorGlove

Domino'sPizza є однією з найпопулярніших франшиз у Сполучених Штатах Америки. Клієнти обирають саме Domino's Pizza не лише завдяки смаковим якостям піци, але й дякуючи швидкій і зручній доставці. Тому у своєму сервісному баченні Domino's Pizza робить акцент на тому, що їхня компанія покликана робити день клієнта простішим, а отже й робити самого клієнта щасливішим – "*Creating smiles by making lives easier*". У компонентах сервісного бачення передбачено, як можна змусити клієнта посміхатися.

Для компанії, яка надає кредит, як наприклад, **AdvanceFinancial**, важливо надати підтримку клієнту, адже їхні клієнти – це люди, які опинилися у скрутній ситуації. Компанія прагне створити місце, де клієнт відчуватиме, що його поважають, буде ба-

чити привітний та усміхнений персонал і відчуватиме, що до нього ставляться як до друга. Саме ця ідея є основою сервісного бачення AdvanceFinancial: "*Friendshelpingfriends*". Сервісне бачення реалізується за допомогою трьох елементів:

1) *Know* – передбачає знання всіх нюансів справи, точність і доцільність;

2) *Show* – представляє дружбу з клієнтом через прояв розуміння та поваги;

3) *Flow* – ураховує всі можливі ризики та передбачає самостійне вирішення проблемних ситуацій.

Таким чином, корпоративний дискурс окреслює основні цінності корпоративної культури, які, у свою чергу, впливають на комунікативну поведінку працівників. Місія, бачення та сервісне бачення, як елементи корпоративної культури, повинні мотивувати співробітників перевершувати очікування кожного клієнта. Успіх місій і бачення залежить від вдало використаних лінгвістичних засобів, а саме вживання прикметників із позитивною семою, прикметників у формі вищого та найвищого ступенів порівняння, хронотопних маркерів і лексем із значенням якості. Сервісне бачення будь-якої компанії зосереджується не на продукті, а на тому, що цей продукт приносить клієнту, і яким чином компанія може вплинути на життя кожного свого клієнта. Перспектива подальшого дослідження елементів корпоративної культури полягає в поглибленому вивченні стратегій і тактик впливу на клієнтів шляхом формування сервісної культури компаній.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Ананко Т. Р.* Англомовнийкорпоративний дискурс : автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04 "Германські мови" / Т. Р. Ананко. – Х., 2007.

2. *Грошев И. В.* Организационная культура : учеб. пособие / И. В. Грошев, А. А. Краснослободцев. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2013.

3. *Жигаліна О. О.* (Землякова О. О.) Корпоративна комунікація в мережі Інтернет. / О. О. Жигаліна // Матеріали IX Міжнародної конференції "Каразінські читання: Людина. Мова. Комунікація". – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2010. – С. 95–96.

4. *Карасик В. И.* О типах дискурса. / В. И. Карасик. // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс : Сб. науч. тр. – Волгоград : Перемена, 2000. – С. 5–20.

5. *Колобова А. А.* Социопрагматика корпоративного дискурса (на примере текстов корпоративных кодексов американских компаний) : автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 – германские языки / А. А. Колобова. – М., 2009.

6. *Кузьмін О. Є.* Сутність місії організації як ключової категорії менеджменту / О. Є. Кузьмін, Х. С. Передало // Вісн. нац. ун-ту "Львівська політехніка". – Л. : Вид-во нац. ун-ту "Львівська політехніка", 2010. – № 682. – С. 3–10.

7. *Персикова Т. Н.* Межкультурная коммуникация и корпоративная : учеб. пособие / Т. Н. Персикова. – М. : Логос, 2002.

8. *Пятицкая А. В.* Становление корпоративной культуры в университетском округе : дисс. ... канд. социол. наук: 22.00.06 / А. В. Пятицкая. – Ростов-н/Д., 2007.

9. *Селютин А. А.* Коммуникативная толерантность в виртуальном пространстве: на примере анализа текстов социальных сайтов : Дисс. …канд. филол. наук : 10.01.10 / А. А. Селютин. – Челябинск, 2009.

10. Тренев Н. Н. Стратегическое управления : учеб. пособие / Н. Н. Тренев. – М. : ПРИОР, 2002.

11. *Французова К. С.* Переклад корпоративної лексики та фразеології в інституціональному дискурсі / К. С. Французова // Вісн. Харків. нац. ун-ту ім.. В. Н. Каразіна : Зб. наук. праць. – Х. : Харк. нац. ун-т ім. В. Н. Каразіна, 2009. – С. 247–251.

12. *Шегда А. В.* Менеджмент : навч. посіб. / А. В. Шегда. – К. : Знання, КОО, 2002.

13. *Шефер О. В.* Отражение корпоративной культуры вуза в имиджевом дискурсе : Автореф. дис. ... канд. филол. Наук : 10.01.10 / О. В. Шефер. – Челябинск, 2007.

14. *Bennis, W.* Managing the dream: Leadership in the 21st century / W. Bennis. – Los Angeles : United Research, 1990. – P. 44–46.

15. *Breeze R.* Corporate Discourse / R. Breeze. – New York : Bloomsbury, 2013.

16. *John R. DiJulius*. What's the secret?: To Providing a World Class Customer Experience. – New Jersey : John Wiley & Sons, Inc., 2008.

Стаття надійшла до редколегії 14.04.2016 р.

Василюк О. В., асп.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

ЛИНГВОПРАГМАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ

Посвящена изучению лингвистических особенностей формирования таких составляющих корпоративной культуры, как миссия и видение. Исследование сосредоточено на анализе языковых средств, которые присутствуют в корпоративной культуре известных компаний. Предложено определение понятия "сервисное видение" и рассмотрены его опорные компоненты.

Ключевые слова: *корпоративная культура, корпоративный дискурс, миссия, видение, сервисное видение.*

Vasyliuk O. V., postgraduate student
Taras Shevchenko National University of Kyiv

LINGUISTIC AND PRAGMATIC PECULIARITIES OF CORPORATE CULTURE

This article deals with the study of linguistic peculiarities in the formation of mission and vision as components of corporate culture. The study is focused on the analysis of the linguistic means of these elements in the corporate culture of famous companies. The article offers the definition of the notion of service vision and examines its key components.

Keywords*: corporate culture, corporate discourse, mission, vision, service vision.*

УДК 811.112.2:81'33

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

ОБРАЗЛИВІ ВИСЛОВЛЮВАННЯ ЯК ОБ'ЄКТ КРИМІНАЛІСТИЧНОЇ ЛІНГВІСТИКИ (на матеріалі німецьких судових рішень)

Присвячено дослідженню проблеми образливого змісту висловлювань у контексті криміналістичної лінгвістики. Наведено приклади актуальних судових рішень ФРН і встановлено принципи, якими може керуватися фахівець у сфері криміналістичної лінгвістики під час проведення лінгвістичної експертизи.

Ключові слова: *криміналістична лінгвістика, образа, лайливі слова, ситуативний контекст, конотація, колективна образа.*

Криміналістична лінгвістика (*forensische Linguistik*) є одним із напрямів прикладної лінгвістики. У *ширшому значенні* її об'єкт включає в себе все те в галузі права, що піддається лінгвістичному дослідженню. При цьому інтерес мовознавців спрямований не лише на мовні проблеми в межах розслідування справи поліцією чи її розгляду в суді, а й на мову як інструмент юстиції. В останній сфері криміналістична лінгвістика перетинається з юрислінгвістикою (*Rechtslinguistik*), яка передусім досліджує мову законів, фахову мову права й мову комунікації у правових інститутах. Однак чітку межу між цими двома дисциплінами провести неможливо. В англомовному просторі подібного поділу не існує взагалі. У *вужчому значенні*– як допоміжна криміналістична дисципліна – криміналістична лінгвістика обмежується дослідженням мовленнєвих продуктів, релевантних для розслідувань справ [5, с. 15–16].

Перед фахівцями, зокрема, стоїть завдання проаналізувати усні (розпізнавання мовця) і письмові (встановлення авторства) тексти, розтлумачити значення висловлювань чи окремих слів, дати оцінку наявності/відсутності плагіату, образи, розглядати суперечливі справи, пов'язані з договірним правом, правом на торгову марку, аналізом інструкцій та попереджувальних написів на етикетках [5, с. 3].

Німецька криміналістична лінгвістика має досить розвинену теоретичну базу. Можна відзначити праці таких науковців, як HannesKniffka, Eilika Fobbe, ChristaDern, SabineSchall, Kai-Uwe Stoll, MonikaRathert, Kent D. Lerch, Günther Grewendorf, Theo Bungarten, Jan Engberg, Raimund H. Drommel, Ulrike Haß-Zumkehr. Однак одним із найменш досліджених питань, яке потребує подальшого вивчення, залишається проблема встановлення факту образи [6, с. 194].

Українські дослідники Ю. Прадід, Н. Атрикуца, С. Вул, О. Довженко, Т. Литвин наголошують на важливості подальшої розробки основ української лінгвістичної експертизи у зв'язку із сучасним етапом розвитку суспільно-мовної ситуації в країні. Зокрема останнім часом в Україні простежується зростання кількості позовів до суду за кримінальними справами щодо образи й наклепу. Однак суддям часто бракує принципів, якими можна послуговуватися при винесенні рішення у суперечливих справах [1, с. 152–153]. Цим, а також недостатньою розробленістю цієї проблеми у вітчизняному мовознавстві, зумовлюється **актуальність** цього дослідження.

Новизна дослідження полягає в лінгвістичному аналізі актуальних німецьких судових рішень, винесених за ст. 185 КК "Образа", та систематизації критеріїв для їхньої комплексної оцінки.

Метою статті євизначення закономірностей, якими можуть керуватися мовознавці, даючи оцінку образливим висловлюванням.

Встановлення факту образи. Кримінальним кодексом Німеччини передбачені злочини, пов'язані з образою, зокрема ст. 185 "Образа" (Beleidigung), ст. 186 "Поширення відомостей, що ганьблять честь і гідність особи" (ÜbleNachrede), ст. 187 "Наклеп" (Verleumdung), ст. 189 "Наруга над пам'яттю покійного" (Verunglimpfungdes Andenkens Verstorbener), ст. 199 "Взаємні образи" (Wechselseitigbegangene Beleidigungen) [9, с. 103–104].

Ускладнює роботу фахівця з криміналістичної лінгвістики передусім те, що ст. 185 КК Німеччини "Образа" передбачає лише міру покарання за вчинення цього злочину, а дефініція самого поняття образив тексті закону відсутня взагалі. Однак із тлумачень у коментарях до цього закону можна зробити висновок, що образа загалом означає приниження честі й гідності особи шляхом навмисного вираження зневаги чи презирства до неї [6, с. 192].

Образа в більшості випадків виражається **вербальними засобами**: *лайливим словом:* "йолоп", "бовдур", "нюня" ("Depp", "Trottel", "Weichei") чи *порівняльним зворотом:* "дурний як пень" ("dummwieBrot"). Основою подібних оціночних суджень є дискредитуючий зміст, тобто натяк на невисокі інтелектуальні, фізичні можливості особи чи риси її характеру. Образа може бути виражена й **невербально**, зокрема *жестами* (демонстрація середнього пальця) чи безпосереднім *впливом на тіло людини* (ляпас із метою приниження). *Ігнорування* загальноприйнятих *правил етикету*, формул увічливості також може інтерпретуватися як образа. Це може бути відмова привітатися з особою, потиснути їй руку чи звертатися на "ви".

Звісно, такі лайливі слова, як "негідник", "наволоч", "свиня" ("Lump", "Schuft", "Schwein"), є потенційно образливими. Та обов'язковою передумовою образи є наявність у адресанта *наміру* нанести образу, і *усвідомлення* ним образливого змісту своїх слів. Перлокутивний ефект досягається лише в тому випадку, коли адресат у змозі *оцінити* образливий характер висловлювання, зрозуміти адресоване йому "повідомлення". Тож образливе за своєю суттю слово "ідіот", сказане другу жартома, не може бути розцінене як образа.

У той же час можливо і таке, що слово з нейтральною, на перший погляд, конотацією може бути визначене як лайливе. Так, окружний суд м. Дюссельдорф визнав винною жінку, яка назвала працівника поліції "дівчам" ("DuMädchen!"). За висновком суддів, слово "дівча", вжите з метою приниження гідності особи поліцейського, набуває характеру образи, хочне несе образливого змісту саме по собі (Дж. 1).

Тож лінгвісти мають розглядати висловлювання у зв'язку з усією комунікативною ситуацією. Їхнє завдання полягає не стільки в тому, щоб встановити, чи має вислів образливе значеннясам по собі, а в тому, щоб проаналізувати, чи набуває він його, або, навпаки, втрачає в *ситуативному контексті*. Обставини конкретної розмовичасто мають більше значення, аніж фактичний зміст слів, адже однакові мовленнєві засоби можуть виражати цілком різні мовленнєві акти. Звернення до особи "золотце" ("Schätzchen"), залежно від адресата й контексту розмови, можна трактувати як образу чи провокацію [6, с. 196].

Наскільки непростою в цьому випадку може видатися робота фахівців, можна проілюструвати за допомогою справи, яка набула розголосу в Німеччині на початку 90-х рр. Члени Бундесверу, збройних сил ФРН, подавали позови до суду через образу, що базувалася на висловлюванні "Soldatensind Mörder" ("Солдати – вбивці"). Суди нижчих інстанцій задовольняли такі позови, а вищі земельні суди відхиляли заяви обвинувачених про перегляд даних рішень. Зрештою ці справи дійшли до Федерального конституційного суду, який 1995-го виніс заключний вирок [Дж. 4].

Суперечливим було те, якою мірою образа може стосуватися солдатів Бундесверу; чи означає слово "вбивця" вбивцю в кримінальному розумінні; як можна трактувати висловлювання в контексті інших антимілітаристських кампаній, а також чим обґрунтовується використання цитати. У своїх міркуваннях Федеральний конституційний суд зауважив чотири пункти, які можна звести до таких лінгвістичних проблем:

1) семантична проблема (поняття "вбивці");

2) проблема референції (поняття "солдати");
3) семіотична проблема (знакове оточення);
4) екстенційна проблема (характер цитати).

Семантична проблема.Федеральний конституційний суд прийшов до висновку, що суди нижчої інстанції розтлумачили значення слова "вбивця" у кримінальному сенсі, не звернувши увагу на те, що є й інше, розмовне розуміння. У повсякденному спілкуванні вбивство означає факт свідомого позбавлення життя. Відтак, вбивця – це той, хто позбавляє життя. Визначальні в кримінальному сенсі злочинні мотиви та спосіб скоєння вбивства (підступно, жорстоко), тут або несуттєві, або взагалі відсутні. Судді посилалися й на те, що в німецькій мові не існує нейтральнішого слова "Töter" ("той, хто позбавляє життя"), а тому можна послуговуватися лише словом "Mörder" ("вбивця"). Відповідно до цієї дефініції солдати – аж ніяк не холоднокровні жорстокі вбивці, а особи, які в межах військових операцій отримують завдання позбавляти життя інших людей.

Проблема референції. Другим важливим пунктом у рішенні Федерального конституційного суду було використання слова "солдати". Не можна виключити те, що образа стосується Бундесверу як інстанції. Суперечку викликало те, чи мала місце колективна образа взагалі. Суд прийшов до висновку, що Бундесвер представляє певне число солдатів, які в цьому сенсі також підпадають під образу. Однак поняття "солдати" аж ніяк не можна звузити лише до службовців Бундесверу. Тож у цій ситуації взагалі не можна визначити, про яких саме солдатів ідеться.

Семіотична проблема. Інша проблема, семіотична за своєю природою, постала в одному із судових процесів, де звинувачення в завданій образі базувалося на наклейці з надписом "Солдати – вбивці. Курт Тухольський" ("Soldatensind Mörder. Kurt Tucholsky"). Наклейку знайшли на автомобілі поруч із двома іншими. На одній з них було зображено помираючого солдата, який, падаючи, випускає з рук зброю. Під цим зображенням стояв надпис "ЧОМУ?" ("WHY?"). На іншій наклейці було написано: "Переплавимо мечі на леза для плуга!" ("Schwerterzu Pflug scharen"). На відміну від судів нижчих інстанцій, Федеральний конституційний суд постановив, що цей контекст лише підтверджує загальну антимілітаристську кампанію, а не ставить її під сумнів.

Екстенційна проблема. Зрештою Федеральний конституційний суд розглянув питання "сфери впливу" цитати і, відповідно, осіб, які підпадають під категорію солдатів. Якщо проаналізувати висловлювання "Soldaten sind Mörder"як слова Курта Тухольського, то, ураховуючи об'єктивні причини (автор жив на початку XX ст.), воно не може стосуватися солдатів Бундесверу. Якщо ж висловлювання трактувати як цитату іншого автора, до якої вдаються, щоб красномовно висловити власну думку, усе одно залишиться незрозумілим, про яких саме солдатів ідеться.

Та, незважаючи на гучну справу, наведену вище, перед фахівцями з криміналістичної лінгвістики й досі часто постає завдання проаналізувати, чи має висловлювання **конкретного адресата**, або ж воно адресоване **колу осіб**. Передусім слід зважати на те, що колективна образа передбачає, що висловлювання стосується достатньо наочного кола осіб, яке можна точно визначити [5, с. 32–34].

Так, Федеральний конституційний суд виправдав жінку, яка в громадському місці з'явилася в футболці, на яку приклеїла напис "FCKCPS", під час прочитання якого, навіть незважаючи на відсутність голосних літер, легко вгадується фраза "FUCKCOPS". Своє рішення судді пояснили тим, що обвинувачена скористалася конституційним правом на вільне вираження думки. Яких саме поліцейських вона при цьому мала на увазі, встановити неможливо. Відтак, образа не спрямована на конкретних осіб, а отже не підлягає кримінальній відповідальності [Дж. 3].

У той же час Окружний суд, Земельний суд і Верховний земельний суд м. Карлсруе одностайно визнали винними футбольного вболівальника, який прийшов на стадіон із банером "A.C.A.B." – "Allcopsarebastards" ("Усі копи – виродки"). Це висловлювання було розцінене як колективна образа: обвинувачений висловив свою зневагу до поліцейських, присутніх на футбольному матчі [Дж. 6].

Суттєвим критерієм для експерта-лінгвіста є й **оцінка конотації** слова, що можна прослідкувати на прикладі такої справи. Чоловік неодноразово скаржився керівнику будинку на свого сусіда та його партнерку. Його звернення постійно починалися словами: "Пан X. і його коханка…" ("Herr X. Undseine Konkubine"). Названа коханкою пані висунула звинувачення за ст. 185 "Образа". Підсудний виправдовувався тим, що слово "коханка" цілком нейтральне. Та лінгвістичний аналіз цього слова підтвердив, що в сучасній німецькій мові воно не є конотативно нейтральним [7, с. 121–122]. По-перше, *первинне значення* слова"Konkubine" – наложниця, тобто жінка, яка має статеві стосунки з чоловіком, не будучи офіційно його дружиною. У

нинішньому трактуванні слова акцентується також не стільки сам факт стосунків, скільки їхній позашлюбний характер. Ураховуючи моральні цінності суспільства, можна зробити висновок, що слово "коханка" має зневажальний відтінок. По-друге, *порівняння з іншими словами*, які міг би використати підсудний, наприклад, "партнерка", "подружка", "знайома" ("Partnerin", "Freundin", "Bekannte"), вказує на принизливе значення слова "коханка". Ще один спосіб проаналізувати конотацію слова – розглянути ті *мовленнєві ситуації,* у яких воно може вживатися. Адже лише нейтральне слово можна використати як синонім у стилістично нейтральному (або щонайменше не принизливому) контексті. Можна, наприклад, припустити, яким буде офіційне запрошення на корпоративну вечірку, яке керівник надішле своїм одруженим і неодруженим працівникам-чоловікам. Імовірно, використовуватиметься формулювання на зразок: "Буду радий бачити Вас у супроводі Вашої дружини чи партнерки". Навряд чи можна собі уявити, що на запрошенні буде написано: "у супроводі Вашої дружини чи коханки" [6, с. 195–198]. З огляду на ці міркування можна констатувати виразно негативну конотацію, а відтак іобразливий зміст слова.

Важливим фактором при аналізі лінгвістом образливого висловлювання є не лише характеристика його мовленнєвих особливостей, а й **оцінка мотивації адресанта**. Лінгвіст має зважати на те, що закон виправдовує критику, яка спрямована *не на особисті якості особи, а на її поведінку*.

Так, незадоволений роботою судді під час розгляду справи, обвинувачений подав на неї дисциплінарну скаргу. Характеризуючи поведінку слуги Феміди як "нікчемну, протиправну і недостойну судді" ("schäbiges, rechtswidriges, eines Richtersunwürdiges Verhalten"), він вимагав для неї покарання, аби вона "не стала на хибний шлях".

Земельний суд Дуйсбурга і Вищий земельний суд Дюссельдорфа винесли обвинувальний вирок за ст. 185 "Образа", та Федеральний конституційний суд після перегляду справи виправдав обвинуваченого, обґрунтувавши своє рішення тим, що висловлювання спрямоване не на особисті якості судді, а на її поведінку. Адже обвинувачений мав на меті не нанести образу, а перевірити професійну компетентність судді інстанцією вищого рівня. Це висловлювання має об'єктивний характер, тому, навіть будучи неприємним для судді, воно не може стати підставою для кримінальної відповідальності [Дж. 2].

Варто зазначити, що межа між критикою поведінки й особистих якостей досить умовна. Наприклад, земельний суд Лімбурга засудив адвоката за ст. 185 "Образа" за те, що останній, розлючений відмовою прокурора взяти до розгляду його заяву, назвав її рішення "типовим

для недалекої юристки, яка до цього вочевидь займалася лише дріб'язковими справами" ("einetypische Entscheidung füreine Schmalspurjuristin, die offensichtlich bis jetzt am dünnsten Brett der Juristereigebohrthat"). У своїй скарзі він наголосив, що "приймати рішення в подібних справах мають право лише повноцінні юристи, а не люди, які вочевидь не спроможні зіграти на правовому піаніно й елементарну мелодію" ("mit solchen Entscheidungen sollte man Voll juristen betreuenund nicht Leute, dieaufder Klaviatur des Rechtsoffen sichtlich noch nicht ein mal fähig sind, "Hänschen klein" zuspielen") [Дж. 5]. Однак суперечливим і цікавим для лінгвіста питанням залишається те, чи перетнув обвинувачений межу допустимої критики, чи, усе ж таки, він може виправдати свої слова правом на вільне вираження думки.

Висновки та перспективи подальшого дослідження. Необхідними передумовами для залучення фахівця із криміналістичної лінгвістики до судового процесу є наявність особи, якій нанесли образу, і висунуте нею обвинувачення.

При встановленні факту образи мовознавець має враховувати декілька аспектів. Насамперед – особливості окремих слів. При цьому у пригоді можуть стати простеження етимології слова й особливостей його вживання в сучасній мові, аналіз синонімічного ряду. Обов'язково слід ураховувати конотацію слова, адже негативно конотоване слово може стати головним аргументом проти обвинуваченого.

Аналізуючи окремі слова, не можна випускати з поля зору цілісність висловлювання. Першочергове значення має оцінка комунікативної ситуації. Особливу увагу варто звернути на інтенцію адресанта та ситуативний контекст, який в окремих випадках може нейтралізувати потенційно образливий зміст слів. Коли принципове для суду значення має встановлення наявності колективної образи, лінгвіст має проаналізувати, чи є коло референтів достатньо наочним, тобто таким, що можна відмежувати.

Загалом дослідження образливих висловлювань – необхідність, продиктована умовами нашого часу. Адже саме такі висловлювання можуть викликати суспільний резонанс. Ілюстративним прикладом може слугувати скандал, що не стихає в Німеччині з того моменту, як 31 березня 2016 р. німецький сатирик і телеведучий Ян Бьохерманн в ефірі телепередачі NeoMagazinRoyale на каналі ZDF прочитав свого вірша про президента Туреччини Реджепа Таїпа Ердогана. Поезія насичена типовими кліше про турків із расистськими мотивами ("Sein Gelöt stinkt schlimm nach Döner"), жартами сумнівної якості ("Die dumme Sau hat Schrumpelklöten"), а регулярні заняття президента, політичні дії доповнюються нетрадиційними статевими стосунками

("Am liebsten mager Ziegen ficken und Minderheiten unterdrücken"). Ідеться про те, у який спосіб можна провести межу між сатирою й образою, та чи мала в цьому випадку місце критика з метою приниження [8]. Автору вірша загрожує кримінальна відповідальність на підставі ст. 103 КК Німеччини "Образа іноземних голів держав", що передбачає покарання у вигляді позбавлення волі терміном до трьох років. Справа Бьохерманна, у якій таким химерним чином переплітаються право на свободу творчості, слова й думки, з одного боку, і захист честі – з іншого – унікальна для німецької судової практики, і розгляд її з погляду мови, безперечно, є значним інтересом для лінгвістів.

Незважаючи на те, що на мовознавців, які займаються аналізом образливих висловлювань зокрема й лінгвістичною експертизою загалом, покладається безпрецедентна відповідальність, розробка ними сучасного арсеналу підходів до вирішення актуальних із погляду права та лінгвістики питань дозволить надавати експертну оцінку в суперечливих справах.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Богословська М. О.* Деякі аспекти судово-лінгвістичної експертизи / М. О. Богословська // Вісн. акад. адвокатури України. – К. : Вид. центр Академії адвокатури України, 2009. – № 14. – С. 152–157.

2. *Левонтина И. Б.* Слово не воробей (о некоторых аспектах судебной лингвистической экспертизы) / И. Б. Левонтина // Общественные науки и современность. – 2008. – № 6. – С. 151–159.

3. *Литвин Т.* Можливості судово-лінгвістичної експертизи на поч. XXI ст. / Т. Литвин // ПравоУкраїни, 2001. – № 1. – С. 110–113.

4. *Coulthard M.* An introduction to forensic linguistics. Language in evidence / Malcolm Coulthard, Alison Johnson. – Chippenham : Anthony Lowe Ltd, 2007.

5. *Fobbe E*. Forensische Linguistik. Eine Einführung / Eilika Fobbe. –Tübingen : Narr Francke Gmb H&Co. KG, 2011.

6. *Kniffka H.* Texte zu Theorie und Praxis forensischer Linguistik / Hannes Kniffka. – Tübingen: Max Niemeyer Verlag Gmb H&Co. KG, 1990.

7. *Kniffka H.* Working in language and law. German perspective / Hannes Kniffka. – Basing stoke : Palgrave Macmillian,2007.

8. *Van Lijnden C.* So beleidigt man legal / Constantin van Lijnden //Zeitonline [Електронний ресурс]. – Режим доступу від 12.04.2016: http://www.zeit.de/gesellschaft/zeitgeschehen/2016-04/recep-tayyip-erdogan-satire-janboehmermann-beleidigung. – Назва з екрану.

9. *Strafgesetzbuch* [Електронний ресурс]. – Режим доступу від 10.12.2015: https://www.gesetze-im-internet.de/bundesrecht/stgb/gesamt.pdf. – Назва з екрану.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. *AG Düsseldorf*, 25.06.2015 – 122 Cs 588/14 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://dejure.org/dienste/vernetzung/rechtsprechung?Gericht=AG%20D% FCsseldorf& Datum=25.06.2015&Aktenzeichen=122%20Cs%20588/14. – Назва з екрану.

2. *BVerfG*, 28.07.2014 – 1 BvR 482/13 [Електронний ресурс]. – Режим доступу від 25.06.2015: https://dejure.org/dienste/vernetzung/rechtsprechung?Text= 1%20BvR%20482/13. – Назва з екрану.

3. *BVerfG*, 26.02.2015 - 1 BvR 1036/14 [Електронний ресурс]. – Режим доступу від 26.02.2015: http://dejure.org/dienste/vernetzung/rechtsprechung?Text=1%20BvR%201036/14. – Назва з екрану.

4. *BVerfG*, 10.10.1995 – 1 BvR 1476/91, 1 BvR 1980/91, 1 BvR 102/92, 1 BvR 221/92 [Електронний ресурс]. – Режим доступу від 23.06.2009: http://dejure.org/dienste/vernetzung/rechtsprechung?Gericht=BVerfG&Datum=10.10.1995&Aktenzeichen=1%20BvR%201476/91. – Назва з екрану.

5. *LG Limburg*, 23.09.2015 – 4 Ns 3 Js 15167/14 [Електронний ресурс]. – Режим доступу від 23.09.2015: https://dejure.org/dienste/vernetzung/rechtsprechung? Gericht=LG% 20Limburg &Datum=23.09.2015&Aktenzeichen=4%20Ns%203%20Js%2015167/14. – Назва з екрану.

6. *OLG Karlsruhe*, 20.05.2014 – 1 (8) Ss 678/13 [Електронний ресурс]. – Режим доступу від 20.05.2014: https://dejure.org/dienste/vernetzung/rechtsprechung? Gericht=OLG%20Karlsruhe&Datum=20.05.2014&Aktenzeichen=1%20(8)%20Ss%20678/13. – Назва з екрану.

Стаття надійшла до редколегії 14.04.2016 р.

Венжега Ю. В., студ.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

ВЫСКАЗЫВАНИЯ ОБИДНОГО СОДЕРЖАНИЯ КАК ОБЪЕКТ КРИМИНАЛИСТИЧЕСКОЙ ЛИНГВИСТИКИ (на материале немецких судебных решений)

Посвящена исследованию проблемы высказываний обидного содержания в контексте криминалистической лингвистики. Приведены примеры актуальных судебных решений ФРН и установлены принципы, которыми могут руководствоваться специалисты в сфере криминалистической лингвистики при проведении лингвистической экспертизы.

Ключевые слова: *криминалистическая лингвистика, обида, ругательные слова, ситуативный контекст, коннотация, коллективная обида.*

Venzheha Y. V.,student
Taras Shevchenko National University of Kyiv

STATEMENTS WITH OFFENSIVE CONTENT AS AN OBJECT OF RESEARCH OF FORENSIC LINGUISTICS (BASED ON GERMAN COURT JUDGMENTS)

The article deals with the analysisof statements with offensive content from the perspective of forensic linguistics. The examples of currentGerman court judgments are provided; guiding principles for insult analysis for the purpose of linguistic expertise are introduced.

Keywords:*forensic linguistics, insult, swearwords, situational context, connotation, collective insult.*

УДК 81'42.811.111

Воловик О. П., асп.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

МЕТОДИ ЗАЛУЧЕННЯ СПОЖИВАЧІВ ДО ЗВОРОТНОГО ЗВ'ЯЗКУ ЗА ПРАВИЛАМИ ВІРТУАЛЬНОГО КОРПОРАТИВНОГО ДИСКУРСУ КОМПАНІЇ

Подано методи та варіанти залучення споживачів до створення повідомлень за певними встановленими правилами корпоративному дискурсу компанії. Висвітлено відображення корпоративного дискурсу у створеному контенті й коротко розглядається важливість єдиної корпоративної культури та єдиного корпоративного дискурсу для компанії. Тексти повідомлень розглянуто з урахуванням специфіки їхньої реалізації у віртуальному просторі.

Ключові слова: *корпоративна культура, корпоративний дискурс, віртуальний простір, персоналізований контент, обсяг повідомлення.*

Із великою кількістю користувачів Інтернету та з великою кількістю віртуальних спільнот компаніям стає все складніше спілкуватися зі своєю цільовою аудиторією, водночас дотримуючись норм власної корпоративної культури у віртуальному просторі. Із появою технологій веб 2.0., які дозволяють користувачам не лише споживати, але і створювати власний контент, компаніям відкрилися нові можливості: рекламні, економічні й навіть лінгвістичні. Усе більше поширюється залучення користувачів Інтернету до створення власного контенту, який би відповідав лінгвістичним особливостям корпоративного дискурсу компанії. Нерекламний формат як одна з переваг соціальних мереж [6, с. 36] відкриває компаніям нові можливості спілкування з їхньою цільовою аудиторією.

Увагу привертає не безліч коментарів користувачів до повідомлень у соціальних мережах, а саме ті повідомлення, які користувачі створюють за методами, що встановлені компанією. Енді Серновиц стверджує, що спілкування користувачів один з одним може суттєво допомогти компаніям збільшити прибуток [5, с. 26]. Однак не будь-яке спілкування користувачів здатне позитивно вплинути на економічні важелі компанії. Саме для того, щоб скерувати спілкування людей у віртуальному просторі у вигідне для компанії русло, вони створюють формули, які надають чіткі інструкції щодо того, що саме писати, де поширювати написане повідомлення та як усе це зробити цікаво. Ці формули є важливим елементом корпоративного дискурсу компанії, оскільки вони залучають клієнтів до поширення позитивних відгуків про компанію. Уже існує дослідження Gabisch

J. A. та Gwebu K. G., які довели існування прямого зв'язку між ознайомленням користувача з брендом у віртуальному середовищі та купівлею товарів цього ж бренду в реальному світі [8, с. 313].

Компанії намагаються все більше встановлювати й дотримуватися правил корпоративної культури не лише заради зовнішнього впливу. Добре налагоджена культура в межах компанії об'єднує різні офіси й допомагає їм рухатися до єдиної мети. Оскільки спілкування між співробітниками займає чи не найбільше робочого часу, компанії намагаються впроваджувати єдині принципи корпоративного дискурсу задля успішного спілкування між співробітниками, відділами та філіалами. А. І. Раду у своїй статті "Вербальна та невербальна презентація культурологічних концептів у дискурсі корпоративної реклами" стверджує, що корпоративний дискурс, як і корпоративна культура, сприяє поліпшенню комерційно-фінансової діяльності компанії, а філософія, на якій все це базується, сприяє впливу на суспільну думку та буття [4, с. 191].

Уся загальна філософська концепція корпоративної культури реалізується через корпоративний дискурс у формі корпоративних кодексів, контентного наповнення корпоративних сайтів і під час всіх типів комунікації в межах й поза межами компанії від її обличчя [2]. Повне визначення корпоративного дискурсу як феномену надає Т. Р. Ананко, яка стверджує, що корпоративний дискурс є "цілеспрямованою комунікативною дією, що реалізується в інституційній сфері й виявляється в міжособистісних стосунках, обслуговує всі рівні функціонування компанії, відповідає основним положенням корпоративної культури і здійснюється з метою уніфікації поведінки працівників як представників однієї організації" [1]. Корпоративний дискурс також досліджували такі науковці, як С. С. Мартьянова [3], Ruth Breeze [7] та інші. Однак із появою та поширенням Інтернету корпоративний дискурс набув нового, віртуального характеру. Саме ця віртуальність дозволяє компаніям залучати користувачів до активнішої співпраці.

Над створенням контенту й текстів, які відповідають корпоративному дискурсу, працює обмежена кількість людей. Вони створюють тексти як для друкованих матеріалів, так і для віртуального простору. Однак майже неможливо поширити текст так, щоб його побачив кожен представник цільової аудиторії компанії. Оскільки кожен цікавиться обмеженою кількістю тем і сприймає обмежену кількість інформації в день, компаніям потрібно створювати велику кількість повідомлень на різні теми, залучаючи свій бренд і корпоративний дискурс для широкого обсягу створеного матеріалу. Отже, для того, щоб інформацію про компанію побачила велика кількість людей, вона повинна створюватися під різні групи аудиторії. Оскільки кількість користува-

чів Інтернету постійно зростає, то компаніям потрібно створювати такі тексти, які були б доступні, зрозумілі й цікаві різним групам людей, які відрізняються віком, освітою, соціальним статусом і життєвими інтересами. Однак компаніям не вистачає матеріальних і людських ресурсів для створення потрібної кількості й різноманітності текстів для своїх цільових клієнтів. Це є проблемоюдля таких компаній-гігантів, як Coca-Cola, Starbucks, Microsoft, Lego й ін. Утаких випадках компанії залучають споживачів до створення текстів і повідомлень, які б відповідали хоча б частково правилам корпоративного дискурсу та які можна було б поєднати в межах їхньої діяльності та проектів.

На основі аналізу віртуальної діяльності таких компаній, як Starbucks, Lego, Belkin, T-Mobile, TED, Coca-Cola, Target, Pepsi, Chobani, IndependentLens, Heineken, Lays, Fanta, GoPro, Walgreens, Lumia, Yahoo!, Clarks, Costa, NationalGeographic, Microsoft, було виокремлено декілька методів залучення існуючих і можливих клієнтів до створення корпоративного контенту замість співробітників самих компаній.

1. Перший метод спрощення створення віртуального контенту споживачами – це виготовлення функціоналу, за допомогою якого користувачі зможуть створити свій унікальний контент, який водночас відповідатиме корпоративному дискурсу компанії.

Наприклад, мобільний оператор T-Mobile запустив кампанію, у межах якої люди могли створити персоналізований лист через окремий функціонал на їхній сторінці у Facebook. У цьому листі, який потрібно було адресувати їх колишній компанії з мобільного зв'язку, люди повинні були попрощатися з їх колишнім мобільним оператором (Рис. 1). Обов'язковою умовою отримання знижки від T-Mobile було публікування такого листа в соціальній мережі. Таким чином, створивши один функціонал, компанія отримала більше 80 000 опублікованих листів, які всі відповідали корпоративному дискурсу й водночас поширювали його на величезну аудиторію.

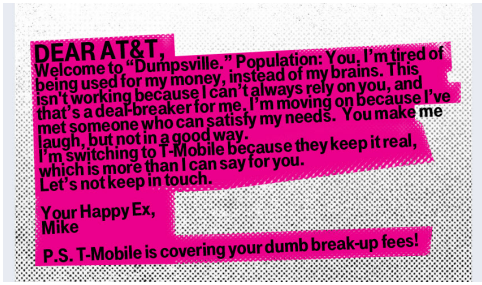


Рис. 1. T-Mobile

Компанія Nikon також використовувала цей метод у своїй рекламній кампанії. У межах цієї акції користувачі могли завантажити на сайті компанії власну фотографію й додати до неї брендований надпис Nikon. Брендований надпис складався з поєднання графічного й лінгвістичного елементів. Посередині фотографії з'являвся надпис у прямокутнику. Перша частина надпису була написана чорним текстом на жовтому тлі словами I am. Другу частину надпису міг вигадати сам користувач, і вона зображувалася на прозорому тлі в жовтому прямокутнику (Рис. 2). У межах акції люди писали на фотографіях усе, ким вони є, та все, чим вони цікавляться. Серед надписів були: I am innocent, I am life in full frame, I am a gift from the hard, I am brave, I am coming in peace, I am part of the world, I am Neil Armstrong, I am Don Juan, I am Ready, I am reaching for more… Користувачі використовували різні частини мови під час участі в акції: іменники *(imagination, beauty queen, best friend, lady, freedom*), прикметники (*different, curious, brave, alive, breathtaking*), прислівники (*ready*) і різні словесні вирази (*reaching for more, whatever it takes, worth the wait, where I belong*).

Рис. 2. I am Nikon

2. Другий метод залучення споживачів до створення контенту – це запуск кампанії, у межах якої люди повинні викласти певний малюнок чи фотографію в мережу з вказаним хештегом. Цей контент також може створюватися за допомогою певного функціоналу. Найчастіше повідомлення відповідає формулі: *фотографія + хештег*. Наприклад, після того, як компанія

Belkin разом із Lego створила нові аксесуари для мобільних телефонів, вони запустили кампанію, у межах якої спонукали клієнтів створити новий дизайн за допомогою їхнього аксесуара, сфотографувати його та викласти в мережу Інтернет разом із #LEGOxBelkin (Рис. 3). Цю акцію було проведено в межах кобрендінгу двох компаній – Legota Belkin.

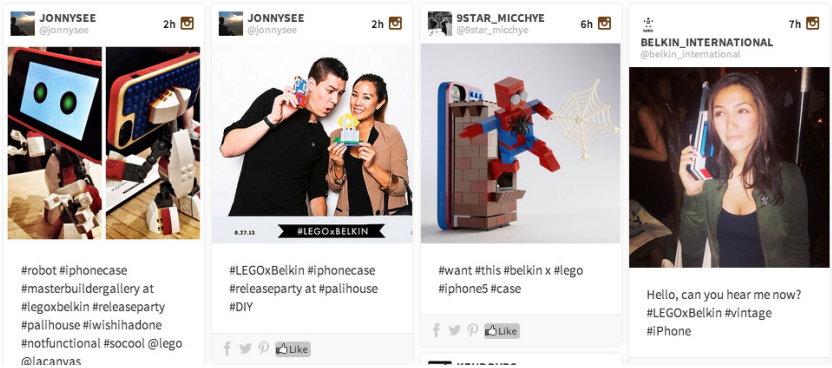


Рис. 3. #LEGOxBelkin

Компанія може очікувати від користувача звичайної фотографії або чогось конкретнішого з присутністю відповідного логотипа. Поєднання фотографії, на якій зображено логотип компанії, разом із визначеним компанією хештегом додає елемент корпоративного дискурсу компанії до повідомлення. Серед проаналізованого матеріалу цей метод спрощення поширення контенту користувачам найпоширеніший. Можливою причиною цього є мінімальна кількість вимог від споживача: тільки фото та хештег. Популярність цього методу серед споживачів спричинена вдалим поєднанням контенту, який водночас легко створити, який можна швидко переглянути і який не потребує занадто складних дій від споживача. Тим не менше, це не означає відсутність елементів корпоративного дискурсу у повідомленні, оскільки майже в кожному присутній хештег, встановлений за правилами, і логотип компанії. Залежно від споживача, також можна додати інші хештеги, як наприклад, логотип компанії чи географічне розташування магазину або сервісу.

Доволі часто географічне розташування вказують, беручи участь уакціях магазинів чи кафе, які мають філіал у певному місті. Наприклад, компанія Starbucks спонукала своїх клієнтів розмалювати їхню класичну чашку та поділитися з ними її дизайном, виклавши фотографію з хештегами #WhiteCupContest та #Starbucks. Хоча компанія встановила два офіційні хештеги, люди користувалися багатьма іншими, таким як #CupContest #StarbucksCupта інші. Усі варіанти хештегів бралися до уваги при оголошенні переможців. На Рис. 4 споживач не лише вказав потрібні хештеги, але й додав хештеги району, у якому відвідував кафе. Таким чином, хоча весь контент і уніфікується під єдиний корпоративний дискурс компанії, він залишає свободу користувачам додавати індивідуальні неповторні елементи до кожного повідомлення. Саме це робить повідомлення споживача цікавішим для його друзів, які б, можливо, не звернули увагу на схоже повідомлення від компанії Starbucks, навіть якщо вони часто купують там каву. Таким чином, кожне індивідуальне повідомлення поширюється серед друзів користувача й доходить до тих маленьких груп, яким повідомлення просто від бренду не цікаві. Отже, обсяг поширення інформації про бренд зростає.

Рис. 4. Starbucks White Cup

Наприкінці конкурсу компанія Starbucks оголосила переможця та випустила обмежену за кількістю версію чашок для повторного використання. Унаслідок цього компанія отримала велику кількість персоналізованого контенту з власним логотипом, який відповідав

їхньому корпоративному дискурсу. Окрім того, обсяг бренду збільшився за рахунок поширення контенту споживачами. Компанія також поширювала найцікавіші варіанти через свої сторінки в соціальних мережах. Цей конкурс був настільки успішним, що скоро після нього, у період новорічних свят 2015 р., компанія оголосила конкурс на кращий варіант розмалювання їхньої нової червоної чашки (Рис. 5 і Рис. 6). У межах цієї акції використовувалися хештеги #RedCupArt і #Starbucks. Усі малюнки, зроблені користувачами, можна побачити на окремій сторінці сайта компанії – http://redcupcollection.com/

Малюнок 5. #RedCupArt

Рис. 6. #RedCupArt

3. Із поширенням відеотехнологій компанії почали залучати споживачів до створення відео. Особливо важливу функцію виконує тут нова соціальна мережа, де користувачі можуть публі-

кувати короткі відео – Vine. Унаслідок залучення відео отримуємо контент за формулою: *відео* + *хештег*. Наприклад, приводом кампанії від Independent Lens був вихід фільму Don'tStopBelievin'. Компанія запропонувала користувачам заспівати свою версію класичної добре відомої пісні й опублікувати її в соціальній мережі Vine разом із #DontStopBelievin (Рис. 7). Компанія не лише отримала безліч контенту в межах корпоративного дискурсу нового проекту, але й, обиравши переможців, сама поширювала вже готовий контент через свої сторінки в соціальних медіа. До того ж за допомогою повідомлень користувачів обсяг інформації про новий фільм був значно збільшений.

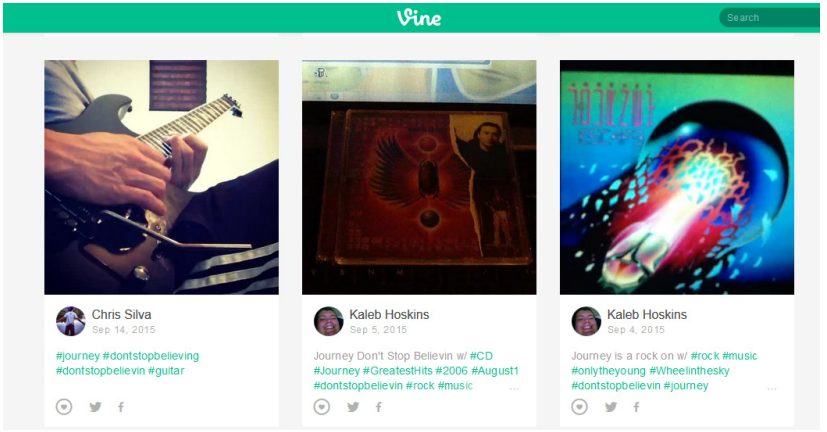


Рис. 7#DontStopBelievin

Хоча спонукання споживачів до створення відео ще не має настільки великої популярності порівняно зі створенням фотографій, із розвитком і більшою доступністю відеотехнологій відео стає все більш популярним. Тим не менше, відео також потребує більше часу й зусиль для його створення. Саме тому компанії надають перевагу спонуканню споживачів до створення контенту за формулою *фотографія* + *хештег*. Унаслідок чого вони не лише збільшують обсяг впливу їхньої корпоративної культури, але й отримують велику кількість матеріалу власного корпоративного дискурсу, який можуть використовувати в майбутньому.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Ананко Т. Р.* Англомовний корпоративний дискурс : Автореф. дис.. ... канд. філ. наук: 10.02.04 / Т. Р. Ананко. – Х., 2008.

2. *Колобова А. А*. Социопрагматика корпоративного дискурса: на примере текстов корпоративных кодексов американских компаний : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / А. А. Колобова. – М., 2009.

3. *Мартьянова С. С*. О диалогической природе корпоративного дискурса. / С. С. Мартьянова / Вестн. Москов. гос. лингвистич. ун-та. – М.а, 2010. – С. 182–187.

4. *Раду А. І*. Вербальна та візуальна презентація культурологічних концептів у дискурсі корпоративної реклами. / А. І. Раду // Мовні і концептуальні картини світу. – К., 2001. – № 5. – С. 191–195.

5. *Серновиц Э.* Сарафанный маркетинг. Как умные компании заставляют о себе говорить / Э. Серновиц. – Манн, Иванов и Фербер: – М., 2012.

6. *Халилов Д.* Маркетинг в социальных сетях. – Манн, Иванов и Фербер: – М., 2013.

7. *Breeze R*. Corporate Discourse. / R. Breeze. – L. : Bloomsbury, 2013.

8. *Gabisch J. A.* Impact of virtual brand experience on purchase intentions: the role of multichannel congruence. / J. A. Gabisch, K. L. Gwebu // Journal of Electronic Commerce Research. – 2011. – Vol 12. – № 4. – P. 302–319.

Стаття надійшла до редколегії 14.10.206 р.

Воловик О. П.,асп.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

МЕТОДЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ К СОЗДАНИЮ ВИРТУАЛЬНОГО КОРПОРАТИВНОГО ДИСКУРСА КОМПАНИИ

Раскрыты методы и варианты привлечения потребителей к созданию сообщений, которые отвечают требованиям корпоративного дискурса компании. Рассматривается отображение корпоративного дискурса в созданном контенте и кратко рассматривается важность существования единой корпоративной культуры и единого корпоративного дискурса компании. Тексты сообщений рассматриваются с учетом их реализации в виртуальном пространстве.

Ключевые слова:*корпоративная культура, корпоративный дискурс, виртуальный дискурс, персонализированный контент, охват сообщений.*

Volovyk O. P., postgraduate student
Taras Shevchenko National University of Kyiv

METHODS OF ENCOURAGING USERS TO GENERATE VIRTUAL CORPORATE DISCOURSE OF A COMPANY

The article discusses the methods and variants of engaging clients in creating messages, which correspond to the requirements of the company's corporate discourse. The reflection of corporate culture in the created content is analyzed. A short description of the importance of a clearly defined corporate culture and a unifying corporate discourse for the company is provided. The texts of the messages are analyzed taking into account their implementation in the virtual world.

Keywords:*corporate culture, corporate discourse, virtual discourse, personalized content, reach of a message.*

УДК 811.111'37

Галицька Є. А., асп.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ПАРФУМЕРНО-КОСМЕТИЧНИЙ НЕЙМІНГ: ВІДДЗЕРКАЛЕННЯ СОЦІАЛЬНИХ ЧИННИКІВ

Висвітлено проблему парфумерно-косметичного неймінгу в сучасній англійській мові. Особливу увагу приділено віддзеркаленню соціального фактора в номінативних одиницях (вербальних складових) і дизайні парфумерно-косметичних резервуарів (об'ємних візуалізаторах). Соціальний фактор асоціюється із семантичним значенням, яке набуває властивостей символу соціальної стратифікації. Взаємне функціонування вербальних складників і об'ємних візуалізаторів призводить до номінативної синергії.

Ключові слова: *номінація, синергія, соціальна стратифікація, соціальний фактор.*

Постановка проблеми та її зв'язок із важливими науковими та практичними завданнями. На зламі 70–80-х рр. XX ст. з'явилося декілька робіт українських [Белецкий 1972; Карпенко 1984] і російських [Суперанская 1973; Никонов 1974] ономатологів, у яких затвердився теоретичний постулат історичності й соціальності категорії власних імен. Кожен клас власних імен у процесі розвитку номінації на позначення кожного типу іменованих об'єктів має свої максимально для цього прилаштовані типи імен. Виникнення й подальше становлення кожного ономастичного класу одиниць обумовлено екстралінгвістичними чинниками, серед яких соціальні є домінантними. Виявлення відносних ознак кожного типу онімів в ономастичному просторі становить теоретичний інтерес і є актуальним. **Постановка завдання.** Під ономастичне дослідження підпадали різні класи номінованих об'єктів і відповідні ономастичні розряди (антропоніми, зооніми, фітоніми тощо). Однак виникнення власних імен у предметів, що перебувають у повсякденному вжитку та знаходяться у процесі масового продажу, можна віднести до порівняно нещодавнього процесу порівняно з появою антропонімів, топонімів, міфонімів. Стаття націлена на дослідження процесу парфумерно-косметичного неймінгу. **Метою дослідження** є англомовний парфумерно-косметичний неймінг. **Актуальність дослідження** визначається тим, що статус номінації парфумерно-косметичних товарів (ПКТ) під впливом соціальних чинників не отримав достатнього висвітлення у лінгвістичних дослідженнях. **Об'єктом дослідження** є

власні імена парфумерно-косметичних виробів в англійській мові, а **предметом дослідження** є особливості впливу соціального фактора на формування парфумерно-косметичних назв.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Процес дослідження неймінгу спирається на прагматичні засади. Якими б не були варіанти визначення прагматики, основним у них можна вважати те, що вони походять із схеми Ч. Морріса. Однією із властивостей знаку є взаємозв'язок між знаком і його користувачем – людиною. Людський чинник визначається як провідне поняття прагмалінгвістики. Прагматика вивчає всі ті умови, за яких людина використовуємовні знаки. А під умовами користування розуміються ситуація адекватного вибору та використання мовних одиниць із метою дослідження кінцевої мети комунікації – впливу на партнера [10, с. 76]. У дослідженнях, які були проведені у вузьких межах лише російського парфумерного неймінгу, було інтродуковано термін *парфумонім* (фр. *parfums* "приємний аромат", "парфум" + грец. *onyma* "ім'я"), оскільки він вписується до номенклатурного ономастичного ряду (топонім, антропонім, зоонім, космонім) і віддзеркалює сутність об'єкта, що вивчається [13, с. 17]. Однак доцільність цього терміна виглядає дововолі суперечливо, як намагання штучного утворення онімної термінології. При цьому дослідження позбавлене аналізу в ракурсі ознак ефективної назви, які вже були виокремлені та визначені як цільові (адресовані цільовим сегментам споживачів), мотивуючі (спонукають покупця купувати певні товари в тих виробників, що зазначаються в ознаках і атрибутах товарного знака), такі, що запам'ятовуються (надовго залишаються в пам'яті споживача), індивідуальні (відрізняються позитивними властивостями від інших), емоційні (викликають позитивні емоції, що запам'ятовуються) [5, с. 36–37]. Проблемність номінації парфумерних виробів підкреслювалася у філологічних розвідках; зазначалося, що недостатність інформації може спричинити, наприклад, труднощі категоризації предметів парфумерії (одеколон, туалетна вода, дезодорант) із подальшим виділенням груп одеколону за ароматом (*Шипр, Kenzo, Armani, HugoBoss*) [9, с. 70]. При дослідженні назв парфумів акцент робився на відмінності між назвою й об'єктом, що називається. Вони є різної природи. Саме різна природа назви й об'єкта є одним із фундаментальних складників феноменуназивання [12, с. 40]. Парфумерні назви досліджувалися в межах англомовних торгових назв без виокремлення специфіки і особливостей [4]. Косметичні назви вивчалися в аспекті концептуальної структури англомовної реклами [1]. Структурно-семантичні

особливості термінології жіночої косметики (на матеріалі російської і німецької мов) були обмежені вузькими межами терміносистеми [15]. Соціодискурсивні дослідження були проведені з приводу прямої й непрямої композитної номінації в англійській мові [6]. Різноплановість проведених досліджень парфумерно-косметичної номінації свідчить про брак системних розвідок стосовно англомовної номінації, а також щодо виокремлення парфумерно-косметичних назв в автономний лексичний пласт, тоді як відповідні інформаційні прогалини були ліквідовані щодо англійської лексики моди XX–XXI ст. [8], а також англійської номінації у сфері виробництва й реклами автомобілів XXI ст. [3].

Виклад основного матеріалу. Під час розгляду дії соціальних чинників на процес номінації парфумерно-косметичних товарів (ПКТ) доречно говорити з позиції дії номінатора. Він, користуючись певним мовним інвентарем, здійснює селекцію наявних засобів, керуючись прагматичними інтенціями, які лежать у підґрунті номінації будь-якої товарної продукції, що створена з метою не лише задоволення попиту серед потенційних споживачів, але і з далекоглядними планами отримати максимально високий зиск, найвищий виторг, що передбачає завоювання популярності серед потенційних споживачів, розширення їхнього кола; проведення раціональної цінової політики, забезпечення належної якості ПКТ, а також достатньо широкого товарного спектру дозволяє охопити якомога ширші соціальні верстви. Це свідчить про те, що номінатор, надаючи назву ПКТ, перебуває під впливом системи соціальних чинників, які так чи інакше віддзеркалюються в назвах ПКТ у вигляді певних семантично-змістовних індикаторів. Під соціальними індикаторами розуміються лексико-семантичні групи (ЛСГ) певного інформаційного навантаження, що мають асоціативний зв'язок із соціальною семантикою. Соціальні чинники залишають певний семантичний відбиток у самому номінативному конструкті, який супроводжує ПКТ. Цей відбиток реалізується за рахунок використання мовного інвентаря, формуючи номінативну оболонку, у яку "загорнуті" соціальні чинники, що є фактичними проявами прагматичних інтенцій, які детерміновано покладено в інтегрований номінативний комплекс ПКТ. Парфумерно-косметичний неймінг реалізується в межах чотирьох компонентів інтегрованого номінативного комплексу, що складається з брендового складника α (*PacoRabanne*), базового імені β^1 (*1 Million*), родового імені β^2 (*eaudetoilette*) і функціонально-дескриптивного складника γ (*vaporisateurspray*). Провідна роль у парфумерно-косметичній номінації належить α і β^1-складникам, оскільки β^2-складник обмежений вузькими рамками терміно-

системи, а γ-складник має суто утилітарне значення. Дослідження віддзеркалення соціального чинника доречно здійснювати, обмежившись α і β^1-складниками. У підґрунтя дослідження покладається семантика цих номінативних складників з огляду на наявність семантичної асоціації із соціальними проявами. Доречно в дослідженні застосовувати поняття соціального символізму, який формує соціальну сферу номінативного комплексу. Символізм визначається як найпростіший і ефективніший спосіб передачі будь-якої думки без додаткового опису. Це використання слова-символа. Символізм – це вираження абстрактивної концепції за допомогою заміни її будь-яким конкретним об'єктом. Цей спосіб часто використовується творцями найменувань. Парфумери у своїх назвах надають перевагу флорі, а ювеліри часто використовують у назвах види коштовних каменів [5]. У нашому дослідженні під символами розуміють стійкі, сталі асоціації, які сформувалися в соціумі (до якого належать як номінатор-виробник, так і реципієнт-споживач ПКТ), перебувають у поступовій трансформації конотативного зв'язку у денотативний. Символи, які залучаються до формування соціальної сфери номінативного комплексу, функціонують як беззастережні, безперечні репрезентанти певного соціального статусу. Символи набувають ознак маркерів соціальної стратифікації з доволі чіткою системою співвіднесеності з матеріальними статками, фінансовою успішністю. Символ може бути репрезентований як об'єкт, суб'єкт, якість, дія. Соціальний символізм реалізується в назвах ПКТ за рахунок залучення назв предметів розкошів (символізм неістотних об'єктів), серед яких виокремлюються назви коштовних металів у межах β^1-складника (*Platinum; Platinum night; Samba Platinum: Platinum egoiste; Giordani gold; Gleaming gold; Diorific Golden Shock; Simply Gold; 24k Simply Gold; 24k Golden Black; Euphoria Gold; Cuba Gold; Precious Gold; My Gold; Jivago 24k Gold; RareGold; Liquid Gold euphoriamen; Euphoria Liquid Gold; Silver; GlitterMascaraSilver*), коштовних каменів (*WhiteDiamondsLustre; White Diamonds; Pure Brilliance; Yellow Diamond; Versace Yellow Diamond; Diamonds for men; Black diamond; Gem; Sparkling Amethyst; Loose Pearls Intense illuminating effect; Pure Color Crystal; Omnia Crystalline; Omnia Amethyste; Bright Crystal Absolute; Rare Pearls; Rar eSaphires*), а також коштовних матеріалів (*Extralasting Ivory; MattifyingIvory; Sparkling Coral; Omnia Coral; Sensual Amber*). Завершується ця група квантифікатором статків і заможності (*Bod Man Money*).

До соціальної сфери залучений також символізм топонімів, які мають чітко сформовану й усталену асоціацію з місцями розваг, веселощів, безтурботного життя, визнаних місць відпочинку (*Veryme*

New York; Hawaiian Shores; MaiamiParty; Paris; Paris Premieres Roses; Parisienne; YSL Paris; Cub Las Vegas; Cuba Hollywood; Cuba Maiami; Cuba Copacabana; Fidji; Jimmy Choo Flash London Club; Roma; London Beat; Tokio Fusion; Acquadi Parma Rosa Nobile; ParisianSpray; Burberry London; DownTown; California; 5th Avenue). До цієї групи семантично наближені символи егоцентризму та споживацтва, марноти, неробства (*Cuba Carnival; Penthouse Legendary; Penthouse Iconic; Penthouse Prestigious; Dolce Vita; Midnight Romance; Sex in the City Midnight; Flowerparty by Night; Jazz; Vanitas; Weekend; Café Chantant; Passion Dance; Little Black Dress; Love Pulse; Fantasy Midnight*).

Символізм персоналій репрезентований власними іменами, які залучені до модельного бізнесу, виробництва ПКТ, ювелірних прикрас. Останнім часом імена особистостей (спортсменів, кінозірок) залучаються до репрезентацій окремих парфумерних виробів. Усі ці персоналії є символами уславленості, матеріального добробуту, успішності в бізнесі. Одночасно з тим вони надають продукції додаткової атрактивності, слугують гарантами високої якості, довершеності, досконалості. Символізм персоналій ґрунтується на традиціях і послідовній політиці компаній (фірм-виробників), які стоять за цими іменами. Деякі персоналії початково пов'язувалися зі світом високої моди (*PocoRabanne; Pierre Cardin; Versace Eros; Versace Man; Burberry; Armani; Jean Paul Gaultier; Dior Homme; Forever and ever Dior; Emporio Armani Diamonds She; Armani Code; Armani Mania for him; Eaude Givenchy; Flower by Kenzo; Karl Lagerfeld; Chanel № 19; № 5 Chanel; Reveal Calvin Klein*) і лише з часом розробили власні парфумерні лінії, користуючись своїм модельним брендом як гарантом якості для продукції нового виробництва. Інші персоналії спочатку були зосереджені на виробництві аксесуарів (*Gucci; Gucci Guilty Black; Trussardi Donna*), або ювелірних виробів (*Bulgari; eau de Cartier; Paloma Picasso; Boucheron*). Однак деякі персоналії від початку були пов'язані з парфумерно-косметичним виробництвом (*Yves Rocher; Mary Kay Warm Amber; Estee Lander Pleasures*). Обличчям фірм або лінійки товарів є кінозірки (*In Bloom by Reese Witherspoom; Laugh Often by Reese Witherspoom*), спортсмени (*Intimately Backham*), або представники уславлених родин (*Vanderbilt; MDeBourbon; ParisHilton*).

Виокремлені символи характеризуються градуальною зміною конотативного зв'язку із соціальною семантикою. Ця градуальність базується на фонових знаннях реципієнта – потенційного споживача ПКТ. Для одних реципієнтів виразнішим є символізм, що пов'язаний із коштовностями (*24k Simply Gold; Yellow Diamond*), а

для інших найстійкішими є асоціації з персоналіями модельного й парфумерного бізнесу (*Pierre Cardin; Karl Lagerfeld*), а для ще одних найвиразнішими і стійкішими є асоціації з місцями розваг і насолоди (*YSL Paris; Hawaiian Shores*). Ця градуальність є суб'єктивною і є індивідуальною для кожного реципієнта парфумерно-косметичного інтегрованого комплексу. Здійснення семантичного аналізу лише в межаж номінативного інтегрованого комплексу робить дослідження формалізованим і не дозволяє виявити всі процеси, які мають місце в цьому лексико-номінативному конструкті: зокрема, латентні прагматичні інтенції, які покладені у його підґрунтя номінаторами відповідних ПКТ. На цьому етапі фокус дослідження зміщується на дизайн контейнера-резервуара, що покликаний забезпечити зберігання продукції, унеможливити її випаровування, висихання, розливання. Резервуар-контейнер захищає продукцію від сонячної радіації, дії атмосферної вологи, потрапляння пилу, сторонніх запахів і забруднюючих речовин. Однак найголовніша функція контейнера-резервуара полягає у тому, що він створює комфортні умови для споживача користуватися відповідною субстанцією з огляду на її призначення. Переважна більшість парфумів реалізується в художньо оформлених флаконах, виготовлених із безбарвного або різнокольорового скла з дизайнерськи оформленими корками. Дизайнерськи оформлені флакони-резервуари беруть участь у процесі номінативної синергії, віддзеркалюючи соціальну природу неймінгу. У певному сенсі дизайнерське оформлення корелюється з назвою парфумерно-косметичного виробу (переважно з α і β^1-номінативними складниками), відтворюючи цю назву (або її елементи) шляхом залучення екстралінгвістичного (а саме зображувального) коду, який втілюється в художньо виготовлених флаконах. Неймінгова синергія може бути прямою (коли прослідковується чітка і пряма корелятивна асоціація назви із зображувальним екстралінгвістичним кодом), або опосередкованою (коли цей зв'язок є непрямим, захмареним, затемненим іншими другорядними асоціаціями). Особливо виразна неймінгова синергія із залученням екстралінгвістичних засобів спостереження на прикладі відтворення назви (її повного дублювання) і залученням зображувального коду. У цьому випадку залучається субстанціональний дизайн, який полягає в тому, що відтворюється символічний артефакт (його імітація зі скла, пластика). Так, серія парфумів фірми (α) *Versace* репрезентується в художньо оформлених флаконах, які імітують колір і форму огранених коштовних каменів. Зокрема, захисні ковпачки на флаконах

виготовлено з кольорового пластика, вони стилізовані під овально огранені коштовні камені (β^1) *BrightCrystal*; *CrystalNoir*; *YellowDiamond*. Відповідно, колірна палітра витримана в кольорах (білому, вишневому, жовтому) (Рис. 1, 2). Субстанціональний дизайн залучений при оформленні парфумів фірми (α) *PacoRabanne*, (β^1) *LadyMllion* (Рис. 3). У цьому випадку флакон доволі точно відтворює форму діаманта з видовженим павільоном (флаконом) і коронкою (корком). Однак між назвою парфумів і залученим зображувальним кодом спостерігається опосередкований зв'язок. Діамант (форма резервуара) асоціюється з високою ціною, яка репрезентована вербально у межах β^1-складника. Успішним прикладом субстанціонального дизайну (із опосередкованим зв'язком між зображувальним кодом і β^1-складником) є оформлення резервуарів у вигляді злитків золота (Рис. 4), (α) *PacoRabanne*, (β^1) *1 Million.* Такий самий дизайн використано для оформлення пеналу з *mascara* (Рис. 5) (α) *Guerlain*, (β^1) *Cilsd'Enfer*, але в цьому випадку опосередкованість між назвою й зображувальним кодом ще дистантніша. Дизайнерське оформлення резервуара для ПКТ відіграє не останню роль у репрезентації соціальних чинників, які закладені у неймінгу ПКТ. Дизайн, а фактично імітований артефакт (коштовні камені, зливки золота), демонструє зв'язок товарної продукції з вищими верствами, позначає належність цих товарів до світу заможності й багатства. До субстанціонального дизайну можна формально віднести артефактний дизайн, що асоціюється з професійним символізмом високої моди. Фірма (α) *Guerlain* випустила під назвою (β^1) *LaPetiteRobeNoire* парфуми й туалетну воду. На скляній поверхні флакону зображено манекен, на якому висить маленька чорна сукня (винахід Коко Шанель) (Рис. 6). Обриси флакона нагадують вішалку-тремпель, у якому вгадується силует приталеної жіночої сукні. Таке дизайнерське оформлення співзвучне з належністю до високої моди, елегантного стилю, витонченості. При цьому має місце безпосередній зв'язок між назвою й дизайнерським рішенням.

Висновки та перспективи подальших розвідок. Парфумерно-косметичний неймінг реалізується за рахунок формування номінативного інтегрованого комплексу (який є основним носієм інформації про ПКТ), що функціонує як вербальний атрактант. До екстралінгвістичних методів номінації (що пов'язані з візуалізацією) належить дизайнерське оформлення резервуарів (флаконі, пеналів, футлярів). При поєднанні цих двох методів реалізується явище номінативної синергії. Дизайнерське оформ-

лення резервуарів має соціальний контекст, оскільки воно візуалізує соціальний символізм, який закладений шляхом залучення слів-символів до складу номінативного комплексу. Асоціації між номінативним комплексом і дизайном можуть бути безпосередніми (семантика назви повністю дублюється в зображувальному коді), або опосередкованими (коли зв'язок між семантикою назви й зображувальним кодом затемнений). Найвиразнішим є субстанціональний дизайн. Однак поза увагою дослідження залишилися слова-символи, які пов'язані з такими соціальними чинниками, як гендер, вікові диференціації, професійна приналежність, зв'язок із певними соціальними прошарками та групами. На відміну від субстанціональних символів поза межами дослідження залишилися антропоморфні символи (що теж входять до складу назв ПКТ, а також відтворюються в дизайнерському оформленні резервуарів). Це і є предметом подальших наукових розвідок.

Рис. 1
VERSACE Miniatures Collection, Coffret, Miniatures Collection cont.: Versace Versense Eau de Toilette Spray 5 ml, Versace Crystal Noir Eau de Toilette Spray 5 ml, Versace Bright Crystal Eau de Toilette Spray 5 ml, Versace Yellow Diamond Eau de Toilette Spray 5 ml, Versace Vanitas Eau de Toilette Spray 5 ml. (Travel Retail Exclusive)

Рис. 2
Crystals Collection by Versace Eau de Toilette, Natural Spray, 2 x 50ml Two precious creations from Versace Parfum's Crystals Collection. Yellow Diamond and Bright Crystal are fresh, light and elegant bouquets for confident sensual women

Рис. 3
PACO RABANNE Lady Million, EdP Spray 50 ml / мл
Vibrant and sensual, Lady Million is like a voluptuous nectar of flowers. A stunning, fresh, woody-floral fragrance that is glamourous, elegant, and audacious

Рис. 4
1 Million Collector by Paco Rabanne Eau de Toilette, Natural Spray, 100ml
The limited edition 1 Million Collector combines a fresh, spicy, leather scent with top notes of grapefruit and mandarin. Rose absolute and cinnamon are at the heart. It has a final accord of blond leather and amber to create a seductive, masculine scent

Рис. 5
GUERLAIN Cils d'Enfer, Mascara
The new mascara creates just the right volume in the blink of an eye for a look that instantly captivates. Featuring an innovative formula for maximum volume curl and hold, experience astonishing volume and staggering curl thanks to a high-performance polymer trio

Рис. 6
GUERLAIN La Petite Robe Noir Couture, EdP Spray 50 ml/ мл
I am absolutely essential and utterly irresistible. I am the chic and very glamorous perfumed creation by Guerlain. My new olfactory variation, Eau de Parfum Couture, takes the form of a stunning long dress sewn with fresh floral notes and top-stitched with ultra-refined woody notes. A fascinating interpretation in which cheerful raspberry, a shower of petals and wood are sure to make heads spin and fulfil every desire...

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Анопина О. В.* Концептуальная структура англоязычной рекламы косметики : дис. … канд. филол. наук : 10.02.04 / Оксана Владимировна Анопина ; Черкас. гос. ун-т. им. Богдана Хмельницкого. – Черкасы, 1992.

2. *Белецкий А. А.* Лексикология и теория языкознания (ономастика) / А. А. Белецкий. – К. : Изд-во Киевск. ун-та, 1972.

3. *Васильєва О. О.* Англійські номінації у сфері виробництва та реклами автомобілів XXI століття : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.0204 "Германські мови" / О. О. Васильєва ; Київ. нац. ун-т імені Тараса Шевченка. – К., 2014.

4. *Вінарєва О. В.* Структурний, семантичний і прагматичний аспекти англомовних торгових назв (на матеріалі веб-сайтів мережі Інтернет) : дис. … канд. филол. наук : 10.02.04 / О. В. Вінарєва ; Київськ. нац. лінгвістичний ун-т. – К., 2005.

5. *Воронин С. В.* Формирование товарных знаков и брендов. Справочник / С. В. Воронин. – М. : "Копирайтинг", 2010.

6. *Дембовська Л. М.* Пряма і непряма композитна номінація в англійській мові: соціодискурсивний аспект : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.0204 "Германські мови" / Л. М. Дембовська ; Харківськ. нац ун-т імені В. Н. Каразіна. – Х., 2012.

7. *Карпенко Ю. А.* Специфика ономастики / Ю. А. Карпенко // Русская ономастика: сб. науч. тр. – Одесса : Изд-во ОГУ, 1984. – С. 3–16.

8. *Коваленко Г. М.* Англійська лексика моди XX–XXI століття: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.0204 "Германські мови" / Г. М. Коваленко ; Київ. нац. ун-т імені Тараса Шевченка. – К., 2005.

9. *Левицький А. Е.* Категоризація і номінація нечітких сутностей та їх ознак / А. Е. Левицький // Вісн. Київ. нац. лінгвіст. ун-ту. Серія: Філологія. – К. : Вид. центр КНЛУ, 2011. – Т. 14(1). – С. 69–76.

10. *Моррис Ч. У.* Основания теория знаков / Ч. У. Моррис // Семиотика: антология. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Академический проект ; Екатеринбург : "Деловая книга", 2001. – С. 45–98.

11. *Никонов В. А.* Имя и общество / В. А. Никонов. – М. : Наука, 1974.

12. *Раевская О. В.* Как называются духи, или к вопросу о парфюмерной номенклатуре / О. В. Раевская // Филологические наука. – М. : Изд-во МГУ, 2005. – Вып. 6. – С. 40–53.

13. *Сотникова Е. А.* Ономастическое пространство названий парфюмерной продукции в русском языке : дис. … канд. филол. наук : 10.02.01 / Е. А. Сотникова ; Елецкий гос. пед. ун-т. – Елец, 2006.

14. *Суперанская А. В.* Общая теория имени собственного / А. В. Суперанская. – М. : Наука, 1973.

15. *Таранова Е. Н.* Структурно-семантические особенности терминологии женской косметики (на материале русского и немецкого языков) : автореф. дис. на соиск. учен. степени канд. филол. наук: спец. 10.02.19 "Теория языка" / Е. Н. Таранова ; Белгородский гос. ун-т. – Белгород, 2010.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

www.chanel.com / www.dior.com / www.acquadiparma.com / www.kenzo.com / www.misdior.com / www.pacorabanne.com / www.givenchy.com / www.jourdhermes.com /

Стаття надійшла до редколегії 14.10.2016 р.

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

ПАРФЮМЕРНО-КОСМЕТИЧЕСКИЙ НЕЙМИНГ: ОТРАЖЕНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ ФАКТОРОВ

Связана с проблемой парфюмерно-косметического нейминга в современном английском языке. Основное внимание уделено отражению социального фактора в номинативных единицах (вербальных компонентах) и дизайне парфюмерно-косметических резервуаров (объемных визуализаторах). Социальный фактор ассоциируется с семантическим значением, которое приобретает свойства символа социальной стратификации. Взаимное функционирование вербальных компонентов и объемных визуализаторов ведет к номинативной синергии.

Ключевые слова: *номинация, синергия, социальная стратификация, социальный фактор.*

Galitska E. A., postgraduate student
Taras Shevchenko National University of Kyiv

PERFUME AND COSMETICS NAMING: REFLECTION OF SOCIAL FACTORS

This article deals with the problem of perfume and make-up naming in Modern English. Special attention is given to the social factor reflection in the nominative units (verbal components) and flask design (volume visualization). Social factor is associated with semantic meaning, which gains the properties of social stratification symbol. The mutual functioning of verbal components and stereo visualization leads to the nominative synergy.

Keywords: *naming, synergy, social stratification, social factor.*

УДК 811.133.1'373.43:316.77

Гейко Т. М., канд. філол. наук, доц.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ
Федченко О. Д., канд. філол. наук, доц.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ПРОЦЕС НОМІНАЦІЇ У СУЧАСНІЙ ФРАНЦУЗЬКІЙ МОВІ ТА ВИКОРИСТАННЯ ЗАРЕЄСТРОВАНИХ НАЗВ ТОРГОВИХ МАРОК

Розглянуто проблеми категоризації та визначення лінгво-комунікативного статусу лексичних одиниць на позначення торгових марок. Акцентується увага на диференціації термінів "назва марки" (НМ) і "назва продукту" (НП).

Ключові слова: *неологія, антономазія, зареєстрована назва торгової марки, семантика, прагматика.*

Розвиток мови – об'єктивний процес, зумовлений поступальним рухом людського суспільства загалом і кожної особистості зокрема. Проблема лінгвального освоєння дійсності (як гносеологічний чинник), закономірне прагнення до поглиблення інформативності й місткості висловлення (як чинник інтелектуалізації мовлення), зближення культурологічних сфер народів світу (як історичний чинник) є каталізаторами постійних змін у мові.

Інноваційні процеси, які відбуваються у французькій мові початку XXI ст. вирізняються особливою інтенсивністю. Динаміка мови, виникнення лексичних інновацій потребують від сучасних дослідників постійної уваги. Проблема вивчення мовного розвитку, у тому числі активного поповнення словникового складу мови, залишається однією з важливих у сучасному мовознавстві.

Актуальність цієї статті визначається такими чинниками:

1) у лінгвістичній науці кінця XX–XXI ст. визначились тенденції до делімітації процесів номінації, спрямовані на чіткіше означення денотат-референтних зав'язків лексичних одиниць в умовах дифузності мовного континууму. Цим і обумовлено значне зацікавлення дослідників до різного видуінновацій, що орієнтовано на встановлення характеристик нових номінативних одиниць;

2) у контексті різнопланових досліджень процесів номінації у французькій мові актуальним усе ж таки залишається вивчення лексичних, зокрема семантичних, інновацій із нових дослідницьких позицій і у світлі нових лінгвістичних парадигм.

Об'єктом дослідження цієї наукової розвідки є лексеми-антономази французької мови кінця XX – початку XXI ст. **Предметом** дослідження є лексико-семантичні та прагматичні характеристики зареєстрованих назв торгових марок. **Мета** даного дослідження полягає в аналізі семантичного й комунікативного аспектів і визначення статусу зареєстрованих назв торгових марок.

Як уже зазначалося, поява нових слів і значень обумовлена як зовнішніми відносно мови причинами, так і внутрілінгвальними закономірностями, серед яких особливо значимими є закон економії, закон аналогії, закон диференціювання. Унаслідок дії цих чинників відбуваються зрушення та переконфігурація питомого лексико-семантичного матеріалу.

Важливе місце серед лексичних інновацій посідають семантичні неологізми. Семантичними неологізмами прийнято вважати нові лексико-семантичні варіанти слів, які утворилися на основі вже функціонуючих одиниць.Потреба в розвитку семантичної структури слова ви-

пливає з того факту, що в різних мовленнєвих ситуаціях лексема може набувати смислів, які не завжди відповідають усталеному значенню. У денотативному значенні більшості лексичних одиниць закладені потенційні семи, які створюють можливість її конотативного функціонування. Тому значній кількості семантичних неологізмів властива наявність конотативних елементів[1].

Очевидно, що неологізми є не лише одиницями номінації, а й одиницями, які беруть участь у комунікації. Будь-яка семантична новизна спричиняє новизну прагматичну. Таким чином, кожен новий лексико-семантичний варіант слова розширює прагматику всієї лексеми, бо розширюється спектр ситуацій і контекстів її вживання. Отже, семантичні неологізми є прагматично маркованими одиницями, вони допомагають створити сучасну перспективу в дискурсі, підкреслити в ньому актуальність сьогодення, позбавити зайвого консерватизму, оскільки зазвичай асоціюються у свідомості мовців з новітнім періодом розвитку суспільства та його досягненнями [2, с. 7–8].

Непересічну роль у семантичній неологізації відіграє метонімія. Метонімічний спосіб розвитку семантичної структури відбувається завдяки реальним зв'язкам понять, предметів, що дає змогу переносити найменування одного предмета на інший. Отже, важливою характеристикою метонімії є її щільний зв'язок із референцією. Лексема, яка виступає основою метонімії, фундаментально не змінює свого значення і не володіє достатньою силою для забезпечення необхідного прагматичного ефекту. Найпоширенішим видом метонімії є трансформація власних назв у загальні або антономазія. Зазвичай метонімізація таких лексичних одиниць передає найважливіші моменти культурної інформації.

Використання зареєстрованих назв торгових марок і компаній для позначення реалій буденного життя стало ознакою мовної практики сьогодення. Такі оніми зазвичай покликані бути знаками, позначеннями,за яким товари та послуги одних осіб відрізняються від товарів та послуг інших осіб, тобто є засобом індивідуалізації товарів та учасників господарського обігу й, із законодавчого погляду, є об'єктом права інтелектуальної, зокрема промислової, власності.

Тенденція до антономазії в цьому випадку не є новою: ще у 1918 р., власна назва le *FRIGIDAIRE*, що була зареєстрованою маркою компанії "Дженерал моторс" і позначала холодильник певної моделі, перетворилася на загальну та перейшла до загальновживаної лексики, набувши означення "холодильник будь-якого виробника" та втративши велику літеру. Іншими прикладами є лексеми-антономази le *POST-IT*,

le *SCOTCH*, le *KLAXON*. На думку видатного лінгвіста А. Рея, використання назви торгової марки для позначення загального поняття спостерігається у французькій мові ще спочатку XIX ст. [3, с. 1]. Нині використання назв відомих компаній, на кшталт,*UBER, AIRBNB, GOOGLE,NETFLIX* та інші, що стали брендами, зразками бізнесового успіху та сприяли лексичним інноваціям у французькій мові, знову поставили на порядок денний питання денотації.

У дослідників не має однозначності щодо лінгвістичного статусу назв торгових марок або компаній: більшість, як-от, Сібло [4], Пранінскас[5], не розрізняє назви марок (НМ) і назви продукту (НП), тоді як інші (Февр-Перне, Роше) вважають такий розподіл неодмінною умовою для чіткої денотації лексем [6. с. 1].У лексикографічних джерелах також спостерігаються розбіжності щодо визначення статусу цих лексичних одиниць: одні фіксують НМ як НП, отже, як загальні назви, інші – як власні, надаючи при цьому їм іменникових детермінативів, напр. *un RICARD*. Ми поділяємо погляди тих дослідників, які розрізняють НМ і НП і виокремлюють їх у два мовні класи.

Загалом комерційний ономастікон неоднорідний і вбирає вокабули, які обертаються у сфері комерції: назви торгових марок, брендів, назви продуктів, назви ліній, назви серій, назви послуг, назви магазинів тощо. У юридичному плані ці лексичні одиниці є зазвичай зареєстрованими назвами: вони мають чітко обмежений денотат і їхнє використання захищено законом, як назви фільмів, книжок та ін. Серед цих одиниць ми виділяємо НМ, що захищені авторським правом і можуть супроводжуватися лого, і НП, що позначають конкретний специфічний продукт – споживчий об'єкт.

У прагматичному плані НМ і НП виконують однакову функцію ідентифікації: вони означають, ідентифікують продукт, як рекламна вивіска магазин. Проте вони ідентифікують його порізному: НМ визначає походження, НП відповідає більше потребам номінації. Так,*CLIO* на капоті машини ідентифікує тип машини марки *RENAULT*.Отже, НП виконує роль етикетки. Із погляду ономасіології, продукти, що вироблені внаслідок промислової діяльності, потребують номінації так само, як і інші референти (рослини, тварини, хімічні речовини тощо). Для цього можуть використовуватися як відомі лексичні одиниці, так і лексичні інновації. Цей апелятив стає власністю виробника, який таким чином забезпечує свою конкурентоспроможність і новизну продук-

ту. Однак у бізнесі доволі часто успішні апелятиви використовуються для називання вже існуючих продуктів, що дозволяє виробникам і дистриб'юторам оновити імідж товару/ послуги й наблизити його до бажаного взірця в очах споживача.

Таким чином, чи є продукт новинкою, чи ні неологізм полегшує номінацію: зручніше й легше називати шоколадно-горіхову пасту *NUTELLA*, ніж "шоколадно-горіхова паста, вироблена компанією Фереро". Прагматично та онмасіологічно НП задовольняє не лише потреби номінації, а й синтагматичної економії.

При розгляді референтів спостерігаються також певні паралелі. Референт НМ може представляти конкретне або/ та абстрактне поняття. Наприклад, *RENAULT* має конкретний референт – підприємство (*RégieNationale des Usines Renault)* і абстрактний – автомобільна марка як така. Однак частіше референт НМ представляє абстрактне поняття. У будь-якому разі референт представляє цілісну єдність. Референтом НП виступає сам продукт: наприклад, крем або печиво на полицях магазинів у випадку *DANETTE, CRACOTTE, FIGOLU*. Референт НП має множинний характер: виробляється тисячі баночок кремів *DANETTE* або пачок *FIGOLU*. У випадках збігу НМ-НП, коли референт може представляти або підприємство (конкретне) та/ чи "марку" (абстрактне), або сам продукт, лише контекст допомагає визначити денотативне значення: 1) *COCA-COLA* occupe une place hégémonique dans le marché des boissons gazeuses. 2) Je voudrais un *coca-cola*, un orangina, deux limonades…

Випадки НМ-НП не слід змішувати з використанням НМ у мовленні. Наприклад: *Il a vendu sa RENAULT pour acheterune MERCEDES, Il ne porte que des NIKE, les DANONE sont meilleurs que les YOPLAIT…* – референт НМ не продукт, тут маємо справу з метонімічним перенесенням і лексико-граматичною категоризацією.

Слід також зауважити, що у випадках НМ-НП, коли референт презентує підприємство/ компанію, а отже, певне соціальне явище, це ускладнює процеси концептуалізації поняття та категоризації лексичної одиниці. На думку А. Рея, коли йдеться про послугу, тобто процес, що пропонується підприємством/ компанією, то назва процесу стає назвою компанії. Так, лексема *frigidaire* не має похідних у французькій мові, тоді як від *UBER* утворилися *uberiser, uberisation* – це підтверджує денотацію процесу, дії, а не застиглого предмету [3, с. 2–3].

До того ж, інновації у виробництві продукту нерозривно поєднані з інноваціями форм комунікації. Так, *GOOGLE* не єдина компанія, що створила пошукову систему, але запропонований нею

алгоритм, залишається моделлю, а не лише засобом, як у інших компаній. *GOOGLE* є унікальним: наразі не можна чітко визначити, чи це є марка, продукт, засіб, комунікативне чи культурне явище. Це об'єкт, який метонімічно представляє все це водночас.

Із **функціонально-категоріального** погляду, НМ виконує диференційну роль, тобто відрізняє продукт від інших подібного класу: машини *RENAULT* від машин *PEUGEOT*, парфуми *GUERLAIN* від парфумів *CHANEL*… НП протиставляє продукт, який належить до певного класу об'єктів, продуктам іншого класу, напр., les *GITANES* – les*GAULOISES* у класі сигарет.

НП на відміну від НМ є більш мотивованими, вони вирізняються прозорою структурною будовою, наприклад: *DANETTE* – продукт компанії DANONE, *CONFIPOTE* складання від une *confiture* та une *compote, NESCAFE* – від*café* та НМ *NESTLÉ, ORANGINA*– апельсиновий напій. Однак ступінь мотивації НП варіюється залежно від сфери споживання: вищий у харчовому секторі, він знижується в автомобільній і парфумерній галузях.

Це пояснюється, значною мірою, перевагою прагматичного аспекту над власне денотативною функцією: наприклад, НП машин *MEGANE, CALÈCHE*, що мають чітко орієнтований контекстуальний вектор. Також слід зважати на вимоги глобалізації: для успішного експорту НП мають бути мотивованими інтернаціонально, а не національно, тобто представляти вокабули, зрозумілі не лише франкофонам. Так само і більшість НП–антономазів іншомовного походження стають демотивованими для франкомовних споживачів (*KLEENEX, PAMPERS, WOOLITE*). Тоді як інші, завдяки інтернаціональним елементам зберігають свою мотивацію для франкофонів, як-от, *MAÎZENA, AIRBAG.*

У лексичному плані, НП є звичайними лексемами, але можуть мати соціолектні обмеження: напр., у мовленні дітей зустрінуться скоріше вокабули *MALABAR*або *CHAMALLOW*, ніж НП *calisson d'Aix* чи *bêtise de Cambrai*. Входження НП до загальновживаного словника залежить від двох моментів – популярності продукту та форми, якої йому надав виробник. При потраплянні зареєстрованої назви до загальновживаної лексики відбуваються епідигматичні та парадигматичні зрушення [7, с. 1540].

НМ або НП не мають еквівалента, навіть перифрастичного, у загальному словнику: вокабули *TERGAL, LYCRA, NEOPRENE*… є доволі специфічними й можуть замінюватися лише хімічними формулам. Щоб представити референт потрібний або описовий, або калькований еквівалент, що зазвичай набуває позначки офі-

ційного терміна, напр.: *KLAXON* / *avertisseur, THERMOS* / *bouteilleisolante…* Іноді такі альтернативи виявляються доволі вдалими та витісняють зареєстровані назви з вжитку, як-от: *baladeur* / *WALKMAN*, *ruban adhésif* / *SCOTCH*, *mouchoir en papier* / *KLEENEX*… У випадках, коли альтернативна лексема виявилася більш ємною комунікативною одиницею, зареєстрована назва залишається в мовленні як узагальнюючий термін, особливо коли референт втрачає свою унікальність, напр.: *BIC* / *stylo-bille, FRIGIDAIRE* / *réfrigérateur*,*VESPA* / *scooter*. Отже, конкуренція між двома назвами, зареєстрованою й альтернативною, може тривати певний час і залежить від екстралінгвальних (ексклюзивність позначуваного референта) і лінгвальних (комунікативність,експресивність) чинників [6, с. 9–10].

У **семантичному плані**, у випадку НМ не можна говорити про справжнє означуване [6, с. 11–12]: НМ, утворена від антропоніму на позначення підприємства/ компанії, залишається "стійким означувачем",який довільно сполучається з унікальним референтом. Коли маємо справу з складеними значеннями (напр., *PETIT BATEAU, CROIX DE SAVOIE, KIRAVI, LA PIE QUI CHANTE*…), слід пам'ятати про цілісність денотата. Звичайно, це не виключає певні конотації, пов'язані з містом або історичним персонажем, але НМ як абстрактна єдність, не підприємство, обіграє ці конотації та нівелює референцію.

Означуване НП, навпаки, може бути проаналізовано, розкладено на семи, як будь-яка загальна назва. Наприклад:

pédalo […] n. m. • 1936 ; marque déposée, de *pédale* ■ Petite embarcation à flotteurs mue parune roue à pales qu'on actionne au moyen de pédales. *Faire du pédalo, aller en pédalo sur unlac. Louer des pédalos.*–(**НП**)

catamaran [….] n. m.Mil. XXe ; *catimaron* " radeau des Indes ", 1699 ; mot angl., du tamoul*katta* " lien ", et maram " bois ".- 1. Embarcation à voile (et par ext. à moteur), à deux coquesaccouplées. – (**НП**). Словникове визначення *PEDALO* не відрізняється від звичайної лексеми; позначка "зареєстрована марка" або "зареєстрована назва", має етимологічний характер.

В інших випадках вказівка на референт може міститися в самій дефініції – "марка цієї назви", "вироблений Х" – але не є обов'язковою, напр., вона наявна для *MARTINI*, і відсутня для *COCA-COLA*: **martini** […] n. m**.** • v. 1930; marque déposée **1** ■ Vermouth produit **par la firme Martini etRossi**. *Du martini blanc, rouge. Des martinis.* […] (*НП*). У цьому випадку НП вважається більш специфічною, означає лише продукт цієї марки.

Зважаючи на той факт, що неологізми, на кшталт, *uberiser, uberisation*, *googler* не мають чітко визначеного референта, оскільки позначають багатогранні суспільні явища та процеси, на сучасному етапі французької мови спостерігається денотативний дисонанс у використанні відповідних НП: говорять про une *uberisation* de la santé, du droit, de la cuisine тощо. Цей факт робить актуальним питання про певний контроль за використанням подібних лексичних інновацій у ЗМІ з огляду як на їхню семантичну недетермінованість, так імпліцитну монополізацію ринку – не слід недооцінювати маркетингову політику великих компаній. Журналісти мають поставитися до цієї проблеми відповідальніше, уточнюючи для аудиторії семантику неологізмів у конкретних випадках [3, с. 3].

Отже,зареєстровані назви являють собою доволі різнорідний клас, який об'єднує своєрідні лексеми. Можемо констатувати, що НМ має всі властивості власної назви, тоді як НП характеризується як загальна назва. НМ індивідуалізує референт, вирізняє його з-поміж класу об'єктів, підкреслює його унікальність. У семантичному плані вона не представляє концепт. У більшості випадків вона є демотивованою. НП позначає клас конкретних об'єктів, має відповідно справжнє означуване. Вона має структурні характеристики загальних назв, але знаходиться на периферії загальновживаної лексики. Словник французької мови не може ігнорувати ті зв'язки, які утворюються між НМ – НП та іншими лексемами, а юридичний статус зареєстрованих назв не має вирішального значення у практиці мовців.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Косович О. В.* Динамічні процеси лексичного складу французької мови. Неологізація [Електронний ресурс] // Studia Linguistica. – 2012. – Вип. 6. – С. 117–120. – Режим доступу від 19.04.2016:http://philology.knu.ua/library/ zagal/Studia_Linguistica_6_ 1/117_120. pdf.

2. *Конопацька Я. О.* Семантична неологія в сучасному французькому медіа дискурсі : автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.05 / Я. О. Конопацька ; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – К., 2005.

3. *Uber, Google, Netflix... à l'assautdelalanguefrançaise* [Електронний ресурс]. – Режим доступу від 08.02.2016: http://www.Franceculture.fr/recherche? q=uber+google%2C+netflix.

4. *Siblot P.* Noms et image de marque: de la construction du sens dans les noms propres // In M. Noailly (éd.) – Nom propre et nomination, Actes du Colloque de Brest, 21–24 avril 1994. – 1995. –P. 147–160.

5. *Praninskas J.* Trade Name Creation : Processesandpatterns. – La Haye/ Paris, Mouton, 1968.

6. *Fèvre-Pernet C., Roché M.* Quel traitement lexicographique de l'onomastiquecommer ciale? Pour une distinction Nom de marque / Nom de produit [Електронний ресурс] // Corela. – 2005. – Режим доступу від 21.04.2016:http://corela.revues.org/1198.

7. *Fèvre-Pernet C.* Stratégies dénominatives en onomastique commerciale [Електронний ресурс] // Congrès Mondial de Linguistique Française / Institut de Linguistique Française /Morphologie – DOI 10.1051/cmlf08268.– Paris, 2008.– P. 1539–1550. – Режим доступу від 07.05.2016: http://www.linguistique francaise.orgorhttp://dx.doi.org/10.1051/cmlf08268.

Стаття надійшла до редколегії 14.10.2016 р.

Гейко Т. М., канд. филол. наук, доц.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев
Федченко Е. Д., канд. филол. наук, доц.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

ПРОЦЕСС НОМИНАЦИИ В СОВРЕМЕННОМ ФРАНЦУЗСКОМ ЯЗЫКЕ И УПОТРЕБЛЕНИЕ ЗАРЕГИСТРИРОВАННЫХ НАЗВАНИЙ ТОРГОВЫХ МАРОК

Рассматриваются проблемы категоризации и определения лингво-коммуникативного статуса лексических единиц, обозначающих торговые марки. Проводится дифференциация терминов "название марки" (НМ) и "название продукта" (НП).

Ключевые слова: *неология, антономазия, зарегистрированное название торговой марки, семантика, прагматика.*

Geiko T. M., PhD., Associate Professor
Taras Shevchenko National University of Kyiv
Fedchenko O. D., PhD., Associate Professor
Taras Shevchenko National University of Kyiv

NOMINATION PROCESS IN MODERN FRENCH AND PROBLEMS OF USING TRADEMARK NAMES

The article deals with the problems of linguistic and communication status of trademark names in French. The attention is focused on the differencing the terms "mark name" (MN) and "product name" (PN).

Key words*: neology, antonomasia, trademark name, semantics, pragmatics.*

УДК 81'255.4 Гакслі

Горган О. В., студ.,
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка

ЛЕКСИКО-СТИЛІСТИЧНІ ТРУДНОЩІ ПЕРЕКЛАДУ НЕОЛОГІЗМІВ У НАУКОВО-ФАНТАСТИЧНИХ ТВОРАХ (НА МАТЕРІАЛІ О. ГАКСЛІ "ПРЕКРАСНИЙ НОВИЙ СВІТ")

Розглянуто основні труднощі перекладу неологізмів як засобу відображення квазіреалій у творах жанру наукової фантастики. Охарактеризовано поняття "авторський неологізм" і "оказіоналізм". Проаналізовано

залежність методу перекладу авторського неологізму від способу його утворення. Окреслено найчастотніші способи перекладу авторських неологізмів, труднощі й недоліки використання кожного з них.

Ключові слова: *авторський неологізм, оказіоналізм, квазіреалія, наукова фантастика.*

Зараз, як ніколи раніше, розповсюдженими стали інформаційні технології, що призводить до нарощування темпів міжкультурної комунікації. Такі процеси, без сумніву, впливають на всі мови світу, змінюючи їх, оновлюючи лексичний склад. Таким чином, вивчення неологізмів, процесів їхнього утворення та відтворення в різних мовах шляхом перекладу є дуже важливим напрямом діяльності сучасного мовознавства та перекладознавства, що й зумовлює актуальність нашого дослідження. Так, вивченням неологізмів займалися такі відомі вчені, як М. М. Шанський, В. С. Калашник, Г. М. Вокальчук, М. П. Брандес і багато ін. Теоретична новизна роботи полягає у системному аналізі особливостей відтворення авторських неологізмів у творах жанру наукової фантастики, де вони є засобом позначення квазіреалій фантастичного світу.

У сучасному мовознавстві термін "неологізм" є досить широким поняттям, науковці вкладають у цей термін різне значення, залежно від того, під яким кутом його розглядають. М. М. Шанський наголошував, що нове слово можна вважати неологізмом лише доти, поки мовець відчуває його предметно-логічну новизну або стилістичну самобутність, тобто слово зараховують до неологізму, якщо воно має "відтінок свіжості" у своїй формі чи значенні [12, с. 158]. М. П. Брандес вважає неологізмом слово або стійке словосполучення, нове за значенням або за формою і значенням, утворене в останні 10–20 років за словотвірними законами певної мови, або запозичене з іншої мови за потреб спілкування, або яке перейшло з пасивного складу мови, але яке сприймається носіями мовної спільноти як нове й зафіксоване в словнику нових слів [1, с. 28]. В. С. Калашник визначає неологізм як нове слово, яке не ввійшло до загальновживаного словника [5, с. 53]. У словнику лінгвістичних термінів неологізм визначається так: слово або мовний зворот, створені для позначення нового предмета чи вираження нового поняття [4, с. 151], а словник іншомовних термінів дає таке визначення: слово чи мовний зворот, що недавно з'явився в мові для позначення нового або вже усталеного поняття, предмета [9, с. 298]. На думку Р. Ю. Намитокової, неологізм – це слово, що не є загальновживаним, але може ним стати, яке з'явилося в мові в певний період і не існувало раніше й яке сприймається як нове в свідомості носіїв мови [6, с. 8].

Проаналізувавши декілька поглядів на поняття неологізму, можемо зазначити найбільш загальне визначення цього явища: неологізми – це слова або мовні звороти, створені для позначення нового предмета, явища чи вираження нового поняття [2, с. 24]. О. А. Семенюк конкретизує поняття неологізмів, визначаючи їх як слова, а також їхні окремі значення, сполучення слів чи вислови, які або з'явилися в мові на певному етапі її розвитку й новизна яких усвідомлюється мовцями (загальномовні неологізми), або були вжиті лише в певному тексті, ситуації спілкування чи мові певного автора (стилістичні, або індивідуально-авторські, неологізми – оказіоналізми) [8, с. 105].

Найбільш розповсюджена класифікація неологізмів включає їх чотири типи:

1. Мовні неологізми – слова на позначення нових явищ та предметів оточуючого світу. Найяскравіший приклад, що останнім часом увійшов у загальний вжиток в усьому світі, – *брекзіт.*

2. Лексичні неологізми, тобто лексичні одиниці, утворені за наявними в мові моделями, або запозичені з інших мов. Наприклад*: гуглити, лайкати, френдити.*

3. Семантичні неологізми – нові значення існуючих слів. Наприклад: *зебра, майдан.*

4. Авторські, індивідуально-стилістичні неологізми створюються письменниками для надання образності художньому тексту. Такі лексичні одиниці "прикріплені до контексту". Власне авторські неологізми утворюються за існуючими мовними моделями, у той час як оказіоналізми формуються, відхиляючись від загальноприйнятих словотвірних моделей. В англомовній літературі авторські неологізми ототожнюються з оказіоналізмами й часто називаються "noncewords". *The Cambridge Encyclopedia of The English Language* визначає це поняття так: слова одноразового вживання, створені для вирішення конкретної комунікативної задачі [14, с. 132]. Усі "noncewords" є неологізмами [13, с. 601].

Більшість неологізмів, що зустрічаються в науко-фантастичних творах, було сформовано для позначення предметів і явищ витвореного автором світу. Вони здебільшого функціонують у мові твору, не виходячи за межі фантастичної реальності. Таким чином, письменники жанру наукової фантастики послуговуються у своїх творах саме авторськими неологізмами. Отже, далі будемо вважати авторським неологізмом слово, чи значення слова, яке було створено автором для позначення нових чи вигаданих предметів і явищ дійсності світу його творів.

Авторські неологізми називають нові предмети та явища, тобто реалії фантастичного світу. Такі лексичні одиниці мають назву квазіреалії – слова (словосполучення), пов'язані з тематикою науково-фантастичних творів, з описом теоретично можливих, але не здійсненних у теперішній час рішень наукових чи технічних проблем, з описом елементів вигаданого світу [10, с. 295].

Проілюструймо використання авторського неологізму для позначення квазіреалій у творі О. Гакслі "Прекрасний новий світ":

"... the fertilized ova went back to the incubators; where the Alphas and Betas remained until definitely bottled; while the Gammas, Deltas and Epsilons were brought out again, after only thirty-six hours, to undergo Bokanovsky's Process." [12] – "…запліднені яйця повертають до інкубаторів; там альфи й бети залишаються до остаточного переміщення в ампули, тоді як гами, дельти й епсилони лише через тридцять шість годин забираються для застосування процесу Бокановського" [3]. У поданому прикладі йдеться про процес штучного запліднення й народження людей, які у "Прекрасному новому світі" розділені на касти відповідно до їхніх фізичних і розумових якостей. Автор дає назви кастам за першими літерами грецького алфавіту (альфа, бета, гама), які широко використовуються в текстах наукового стилю, особливо природничого спрямування. Згадані лексичні одиниці є інтернаціоналізмами, а отже у перекладі використовується метод лексичного еквівалента, що зберігає лексичні та стилістичні відтінки значення оригіналу.

У цьому ж реченні використано ще одну квазіреалію, а саме *Bokanovsky's Process* (процес є вигаданим автором для наповнення художньої дійсності роману й не існує насправді). Це метод поділу ембріона, унаслідок чого замість одного індивіда з однієї заплідненої яйцеклітини народжуються до 96 ідентичних близнюків. Метод у романі названо за ім'ям ученого, який його розробив. Уперекладі українською було використано кальку *процес Бокановського*. Перекладач відтворює possessive case родовим відмінком, на що вказує характерний присвійний суфікс *–ськ.*

Для адекватного перекладу авторського неологізму, який позначає квазіреалію, дуже важливо правильно виокремити таку одиницю з тексту, щоб у перекладі зберегти стилістичну забарвленість і відтінок новизни. Цікаво, що в оригіналі авторські но-

вовведення здебільшого пишуться з великої літери, що звертає увагу читача на них. Перекладач не вдається до такого візуального стилістичного прийому.

Після виділення авторського неологізму з тексту перед перекладачем стоїть завдання правильно зрозуміти його значення, адже, як вже зазначалося, тексти науково-фантастичних творів рясніють квазіреаліями, розуміння й відтворення яких іншою мовою становить певні складнощі. Для правильного трактування таких одиниць головним і, мабуть, єдиним засобом є контекст. Наведемо приклад:

"Next to the Liners stood the Matriculators"[12]. – Поруч гільз – укладальниці [3].

У поданому прикладі значення лексичної одиниці можна зрозуміти виключно з контексту. Вебстерський словник визначає лексему *matriculate* наступним чином: бути зарахованим до школи, частіше – до університету чи коледжу [15]. У романі словом *Matriculators* названі робітники інкубаторію, які вкладають запліднені ембріони у спеціальні ампули, тобто простежується віддалена семантична вмотивованість такої назви. У цьому випадку перекладач вдається до описового перекладу, чим спрощує для читача розуміння цього неологізму, проте за таких обставин уперекладі втрачається оригінальна назва поданої квазіреалії.

Щоби зрозуміти значення авторського неологізму, корисним буде звернутися до способу, яким його було утворено. Це також допоможе у виборі методу перекладу неологізму. Так, авторські неологізми формуються за тими ж схемами, що й звичайні новоутворення.

1. Шляхом словотвірної деривації – утворення нових слів із існуючих словотвірних морфем за існуючими продуктивними схемами (афіксація, конверсія, абревіатури, скорочення, складання основ тощо).

Розгляньмо приклад авторського неологізму, утвореного таким шляхом.

"The slower but infinitely surer methods of ectogenesis, neo-Pavlovian conditioning and hypnopedia" [12]. – "Повільніші, але незрівнянно певніші були методи позаутробного розвитку, неопавловського зумовлення й гіпнопедії" [3].

Прикметник *neo-Pavlovian* утворено від прізвища російського вченого Івана Петровича Павлова за продуктивною словотвірною моделлю шляхом додавання префіксу *neo-* (значення нове, осучаснене), а також суфікса *–ian* (використовується для утворення прикметника від іменника). Перекладач калькує поданий неологізм за такою ж схемою: *неопавловський* – той самий пре-

фікс *нео-* та продуктивний префікс української мови для утворення прикметника від іменника *–ськ.* Таким чином, на вибір методу перекладу напряму вплинув спосіб утворення неологізму. Звісно, здебільшого у процесі перекладу неологізмів, утворених саме у такий спосіб, глибинний аналіз структури лексичної одиниці не потрібен, адже перекладач може інтуїтивно "переробити" слово, пристосувавши його до мови перекладу.

2. Шляхом семантичної деривації – розвитку у вже існуючому слові додаткового значення на основі схожості позначуваних ними явищ, ознак тощо [7]. Наведемо кілька прикладів авторських неологізмів, утворених за цією моделлю.

Розгляньмо приклад з авторським неологізмом to decant (to be decanted). В англійській мові воно має значення "зливати, переливати, зціджувати, відфільтровувати" й вживається відносно рідин різного роду. У контексті роману О. Гакслі "Прекрасний новий світ" воно позначає процес "народження" людських немовлят із так званих ампул, і фігурує цей термін у багатьох різних словосполученнях.

1) *"One circuit of the cellar at ground level, one on the first gallery, half on the second, and on the two hundred and sixty-seventh morning, daylight in the Decanting Room"* [11] – "Дві тисячі сто тридцять шість метрів разом. Одне повне коло на рівні підлоги, одне – на першій галереї, півкола – на другій, і на двісті шістдесят сьомий ранок – вихід на денне світло у Відділ випорожнення" [3].

У цьому прикладі перекладач використовує кальку, перекладаючи цей неологізм поелементно. Цікаво, що в цьому випадку перекладач все ж використовує оригінальний прийом написання з великої літери, виділяючи з тексту новоутворення на позначення квазіреалії.

2)*"The optimum Decanting Rate at any given moment"*[11]. – "Оптимальні швидкості випуску в цей момент"[3].

Вірогідно, що О. Гакслі при створенні неологізму *Decanting Rate*керувався широковживаним словосполученням англійської мови *birth rate*, який у світі роману просто не може мати місця, адже поняття give birth, to be born – пережитки історії, архаїзми з негативним забарвленням у "Новому прекрасному світі". Усталений український відповідник до англійського *birth rate* – словосполучення *показник народжуваності*. Логічно було б застосувати кальку, залишити елемент *показник* й замінити *народжуваність* на обраний відповідник для лексеми *decanting* (випорожнення, випуск тощо). Натомість перекладач обмежується варіантом описового перекладу *швидкість випуску*. У цьому нейтральному відповіднику не відчувається належності поданого слова до наукового стилю.

3) "*Hinted at the gravity of the so-called "trauma of decanting", and enumerated the precautions taken to minimize, by a suitable training of the bottled embryo, that dangerous shock"* [11]. – "Натякав на серйозність так званої "родової травми" – травми виходу з ампули – і перерахував заходи, які зводять її можливість до мінімуму через відповідне тренування ембріона перед тим небезпечним шоком" [3].

Для відтворення третьої квазіреалії – *trauma of decanting* – у перекладі було використано нейтральне словосполучення *родова травма*, який далі пояснюється. Таким чином було використано метод описового перекладу.

Отже, перекладач при відтворенні авторських неологізмів *схиляється не до збереження неологізму в тексті перекладу, а до описового методу*. У перекладі частіше пояснюються квазіреалії, ніж створюється неологізм-відповідник. Таким чином, читаючи переклад, ми вже не повинні переосмислювати значення неологізмів, явища й реалії фантастичного світу сприймаються легше, але, з іншого боку, такий підхід "стирає" авторський стиль у перекладі.

Погляньмо ще на один приклад утворення авторського неологізму шляхом семантичної деривації.

"At six, when their working day was over, the two Groups assembled in the vestibule of the Hospital and were served by the Deputy Sub-Bursar with their soma ration" [12]. – "О шостій годині, коли кінчався робочий день, обидві групи збирались у вестибюлі, де замісник помічника касира видавав їм належний раціон соми" [3].

Bursar – "is a treasurer, cash keeper in a college or monastery" [15]. український відповідник – казначей, відповідальний за розподіл грошових засобів. На основі цього значення в романі було створено авторський неологізм – *bursar* – відповідальний за розподіл соми – психотропного препарату. У цьому варіанті перекладу – *касир* – збережено семантичний відтінок пов'язаний із роботою з грошима, тобто перекладач також користався моделлю семантичної деривації для утворення цього неологізму. Проте далі в тексті перекладач відходить від цього еквівалентай використовує нейтральну одиницю.

"Ford!" said the Deputy Sub-Bursar, below his breath. "It's the Savage". He felt scared" [12]. – "Форде, – пробурмотів, стримуючи подих, *роздавач.* – Це Дикун. – Йому стало страшно" [3].

З огляду на те, що *Deputy Sub-Bursar* – це назва посади, зауважимо, що доцільно було б вживати один усталений для цієї фрази відповідник, наприклад, зазначений у першому варіанті *касир.*

3. Ще одним способом утворення авторського неологізмує запозичення з інших мов.

"Glum, Marx, glum". The clap on the shoulder made him start, look up. It was that brute Henry Foster. "What you need is a gramme of soma". [12] – "Насуплений Маркс, насуплений Маркс, – від плескання по плечу Бернард здригнувся й оглянувся: це тварюка Генрі Фостер. – Тобі треба прийняти грам соми" [3].

Сома – запозичення із мов індійських народів, де це слово позначало рослину, а також ритуальний п'янкий, енергетичний напій. У романі сома – це медичний наркотичний препарат, який вживають усі для заспокоєння. У романі переклад цієї мовної одиниці труднощів не викликав, вона перекладається у всіх випадках однаково – *сома*, тобто способом транслітерації. У цьому випадку такий переклад є доречним, адже *сома* як умові оригіналу, так і в мові перекладу є новою і незрозумілою лексичною одиницею, там чином несе відчуття чогось нового, притаманного фантастичному світу роману.

Як бачимо, не лише розуміння значення авторського неологізму, але й вибір способу перекладу може становити певні труднощі. Часто перекладач стає перед вибором: зберегти неологізм у тексті перекладу чи вдатися до описового перекладу, тим самим пояснити значення квазіреалій, які позначають ті чи інші неологізми.

Говорячи про стилістичний аспект у перекладі авторських неологізмів, варто зазначити, що в деяких випадках стилістичне забарвлення зберегти досить складно, як наприклад в такому реченні: *"Oh, Ford!" he said in another tone, "I've gone and woken the children".* [12] – "О Боже Форде! – мовив він скрушно. - Це ж треба, дітей побудив..." [3].

У романі людство сповідує єдину релігію, де богом вважається Генрі Форд, і літочислення ведеться від дня його народження. Таким чином авторський неологізм-вигук *"Oh, Ford!"* є квазіреалією, проте він співзвучний з англійським *"Oh, Lord!"* – поширеним вигуком в англійській мові. Такий фонетичний стилістичний прийом складно передати українською, тому в перекладі для наголошення уваги на "божественності" особи Форда було використано прийом додавання *О Боже Форде!*

Отже, результати дослідження доводять, що у процесі перекладу неологізмів важливу роль відіграє контекст твору, адже авторські неологізми є головним способом зображення реалій (квазіреалій) фантастичного світу, які є відсутніми у світі реальному. Особливості жанру зумовили наявність лише авторських неологізмів у творі. У процесі аналізу було також встановлено,

що для неологізмів, утворених шляхом словотвірної деривації, зазвичай використовувався метод калькування. Запозичення й інтернаціоналізми здебільшого відтворюються транслітерацією. Для перекладу неологізмів, утворених шляхом семантичної деривації, використовувався описовий переклад.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Брандес М. П.* Предпереводческий анализ текста (для институтов и факультетов иностранных языков) : учеб. пособие / М. П. Брандес, В. И. Провоторов. – 2-е изд., испр. и доп. – Курск : Изд-во России, 1999.
2. *Вокальчук Г. М.* Вивчення неологізмів у вузівському курсі сучасної української літературної мови / Г. М. Вокальчук ; Зб. наук. праць. – Суми, 2002 – С. 24–29.
3. *Гакслі Олдос* Прекрасний новий світ / Олдос Гакслі ; пер. з англ. С. Маренко. – К. : Всесвіт, 1994. – № 5–7.
4. *Ганич Д. І.* Словник лінгвістичних термінів / Д. І. Ганич, І. С. Олійник. – К. : Вища школа, 1985.
5. *Калашник В. С.* Сучасна українська мова: лексика і фразеологія. Матеріали для практичних занять / В. С. Калашник, Л. Г. Савченко. – Х. : Каравела, 1999.
6. *Намитокова Р. Ю.* Авторские неологизмы: словообразовательный аспект / Р. Ю. Намиткова. – Ростов-н/Д. : РГУ, 1986.
7. *Несветайло Ю. Н.* Основные способы образования неологизмов в современном английском языке / Ю. Н. Несветайло // Вопросы теории и практики. – Тамбов : Грамота, 2008. – № 1 (1). – С. 73–75.
8. *Семенюк О. А.* Язык эпохи и его отражение в сатирико-юмористическом тексте / О. А. Семенюк. – Кировоград : РИЦ КГПУ им. В. К. Винниченко, 2001.
9. *Словник* іншомовних слів / Л. О. Пустовіт, О. І. Скопенко, Г. М. Сюта, Т. В. Цимбалюк. – К. : Довіра, 2000.
10. *Тараканова Ю. Е.* Квазиреалии как лексический элемент научно-фантастического текста на примере перевода рассказа "Февраль 1999: Илла" Рэя Брэдбери на русский язык / Ю. Е. Тараканова // Вест. Моск. гос. обл. ун-та. Сер. Лингвистика. – М., 2009. – № 1. – С. 294–299.
11. *Шанский Н. М.* Лексикология современного русского языка / Н. М. Шанский. – М. : Либроком, 2009.
12. *Huxsley Aldous Brave* New World/ Aldous Huxsley [Electronic data] – Mode of access: http://www.idph.com.br/conteudos/ebooks/BraveNewWorld.pdf. – Brave New World By Aldous Leonard Huxley.
13. *Malmkjaer Kirsten*The Linguistics Encyclopedia / Malmkjaer Kirsten. – London & New York: Routledge, 2006.
14. *The Cambridge Encyclopedia* of The English Language / Ed. David Crystal. – Cambridge : Cambridge University Press, 1995.
15. Webster's New Twentieth Century Dictionary of the English Language. Unabridged/ Ed. Jean Lyttleton McKechnie. – New-York, 1983.

Стаття надійшла до редколегії 14.10.2016 р.

Горган А. В., студ.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко

ЛЕКСИКО-СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ТРУДНОСТИ ПЕРЕВОДА НЕОЛОГИЗМОВ В НАУЧНО-ФАНТАСТИЧЕСКИХ ПРОИЗВЕДЕНИЯХ (НА МАТЕРИАЛЕ О. ХАКСЛИ "ДИВНЫЙ НОВЫЙ МИР")

Рассматриваются основные трудности перевода неологизмов как средства выражения квазиреалий в произведениях жанра научной фантастики. Охарактеризованы понятия "авторский неологизм" и "окказионализм". Проанализирована зависимость способа перевода авторского неологизма от способа его образования. Описаны наиболее частотные способы перевода авторских неологизмов, сложности и недостатки использования каждого из них.

Ключевые слова: *авторский неологизм, окказионализм, квазиреалия, научная фантастика.*

O. Horhan, student
Taras Shevchenko National University of Kyiv

LEXICAL AND STYLICTIC DIFFICULTIES IN TRANSLATION OF SCIENCE FICTION NEOLOGISMS (BASED ONHUXLEY'S "BRAVE NEW WORLD")

The article examines the basic difficulties in the translation of neologisms in science fiction and defines the main ways of rendering the sci-fi quasi-realia in the Ukrainian language. The author outlines the main distinctions of an "author's neologism" and a "nonce word" (occasionalism), and analyzes the relation between a translation method and a way whereby a neologism is coined. Thus, the research studies the most frequent ways of the nonce words translation, taking into account the difficulties of their implementation on the text level.

Keywords: *author's neologism, occasionalism, quasi-realia, science fiction*

УДК 81'37

Давидюк Т. Д., студ.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ
Скопненко О. І., канд. філол. наук, старш. наук. співроб.

ХРОНОНІМИ В УКРАЇНСЬКІЙ І БІЛОРУСЬКІЙ МОВАХ: ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА ПРОБЛЕМИ ВЗАЄМОПЕРЕКЛАДУ

Проаналізовано сутність, види, особливості функціонування та проблеми перекладу хрононімів в українській і білоруській мовах. На окремих прикладах досліджено основні відмінності в номінації важливих історичних подій і християнських свят в Україні й Білорусі.

Ключові слова: *українська мова, білоруська мова, хрононіми, проблеми перекладу, ономастика.*

Постановка проблеми. Україна й Білорусь мають тісні політичні, економічні, соціальні, культурні зв'язки, тому виникає потреба в перекладі власних назв з однієї мови на іншу. На перший погляд може здатися, що близькість національних мов і наявність спільних історичних періодів цих держав робить це завдання простішим, проте така думка є неправильною. Власні назви на позначення свят і важливих історичних подій особливо складні для перекладу, оскільки можуть по-різному функціонувати у споріднених мовах, а також нести важливу екстралінгвальну інформацію, яку потрібно передати, дотримуючись чинної літературної норми.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сутність, ознаки, використаннях рононімів як особливого розряду власних назв досліджувалися в наукових працях В. В. Виноградова [1], М. П. Кочергана [8], О. В. Суперанської [16], Н. В. Подольської [12], М. М. Торчинського [17], О. Ю. Карпенко [7], В. Ю. Неклесової [10].

Мета дослідження. Метою цього дослідження є аналіз особливостей функціонування хрононімів в українській і білоруській мовах, а також розгляд проблем їхнього взаємоперекладу. Матеріал нашого дослідження дібраний з інтернет-джерел релігійних організацій України й Білорусі та періодичних інтернет-видань.

Основні результати дослідження. Кожен народ має особливий шлях розвитку з важливими історичними й культурними подіями, що викликають потребу певним чином назвати й окреслити їх. Для позначення таких часових відрізків у мові створюються й закріплюються спеціальні лексеми – хрононіми. Хрононіми – це власні назви, співвіднесені з певним відрізком часу, який відіграє важливу роль в історичному та культурному розвитку окремого народу чи людства загалом [7, с. 111]. Цей розряд онімів є вагомим шаром мови, незважаючи на його периферійний статус, оскільки він несе в собі інформацію про історію, релігію, культуру, побут, соціальні умови окремого народу чи людства загалом. Хрононімом не може бути будь-яка лексема, що використовується на позначення певного часового проміжку [Там само]. Наприклад, лексеми *укр. неділя, біл. нядзеля, укр. вівторок, біл. аўторак* є апелятивами, а не власними назвами тому, що вони не виділяють саме цей відрізок часу серед інших відрізків, а лише в загальних рисах окреслюють його. На відміну від них, лексеми *укр. Вербна неділя, біл. Вербная нядзеля, укр. Великий вівторок, біл. Вялікі аўторак* вже є хрононімами, бо для відзначення цих свят існує

окрема дата, а також вони є частиною культурного й релігійного життя як України, так і Білорусі. Аналогічний підхід треба використовувати й до тлумачення матеріалу на позначення дат. У*кр. 1 січня, біл. 1 студзеня, укр. 8 березня, біл. 8 сакавіка* самі по собі не є власними назвами, хоч і мають конкретні хронологічні межі. Лише після прив'язки до певних важливих подій вони переходять із розряду апелятивів, або загальних назв [19, с. 30], до розряду пропріативів, тобто власних назв [9, с. 136]: *укр. 1 Січня (Новий рік), біл. 1 Студзеня (Новыгод), укр. 8 Березня (Міжнародний жіночий день), біл. 8 Сакавіка (Міжнародны жаночы день)*. Таким чином, для того, щоб проміжок часу став власною назвою, він повинен мати дві обов'язкові ознаки: виразні хронологічні межі та історичне й соціокультурне значення для народу [14]. Залежно від того, наскільки назва дати або часового проміжку співвідноситься з фактом історії й культури, хрононіми поділяються на історичні, у яких зв'язок між назвою та подією чітко простежують *(укр. Середньовіччя, біл. Сярэднявечча, укр. Жовтнева революція, біл. Кастрычніцкая рэвалюцыя),* та соціокультурні, у яких зв'язок між назвою та подією є опосередкованим *(укр. Чистий четвер, біл. Чысты чацвер, укр. Попільна середа, біл. Папяліца).* Також хрононіми можуть бути закріплені за певною датою *(укр. Північна війна, День Конституції України, День Незалежності України, День захисника України, День Соборності України; біл. Паўночная вайна, дзень Канстытуцыі, Дзень Дзяржаўнага сцяга Рэспублікі Беларусь і Дзяржаўнага герба Рэспублікі Беларусь, Дзень абаронцаў Айчыны і Узброеных Сіл Рэспублікі Беларусь)* і рухомими (*укр. День святої Трійці, біл. Пяцідзясятніца, укр. Великдень, біл. Вялікдзень, укр. Радуниця, біл. Радаўніца, укр. День учителя, біл. Дзень настаўніка*) [Там само].

Для створення хрононімів часто використовуютьуже наявний онімний матеріал. Хрононіми можуть мати у своєму складі антропоніми *(укр. Тетянин день, Лазарева субота, Варварин день, біл. Паўстанне Кастуся Каліноўскага, Паўстанне Тадэвуша Касцюшкі)*, топоніми *(укр. Синьоводська битва, біл.Бітва на Сініх Водах, укр. Кримська війна, біл. Крымская вайна)*, теоніми *(укр. Стрітення Господнє, біл. Сустрэча Госпада, укр. Коляда, біл. Каляды)*, міфоніми *(укр. Русалії, Русальний тиждень)*, агіоніми *(укр. 2 вересня – Свт. Іоана Посника, патріарха Царгородського; біл. 6 верасня –перанясенне мошча ўсвц. Пятра, мітрапаліта Мас-*

коўскага, усяе Русі цудатворцы), прагматоніми *(укр. 14 вересня – Воздвиження Чесного й Животворного Хреста Господнього; біл. 8 верасня – Уладзімірскай іконы Прасвятой Багародзіцы)*, ергоніми *(укр. Міжнародний день миротворців ООН, біл. Міжнародны дзень міратворцаў ААН)*, космоніми *(укр. День Землі, біл. ДзеньЗямлі)*.

Перекладаючи хрононіми з однієї мови на іншу, перекладач повинен донести їх максимально зрозуміло для отримувача інформації, дотримуючись літературної норми. В українській мові правила написання власних назв відрізків часу та визначних подій закріплені в"Українскому правописі" (1993) [18], у білоруській мові – у "Правілах беларускай арфаграфіі і пунктуацыі" (2008) [13]. Згідно з цими правилами, з маленької літери пишемо назви історичних подій, епох, війн, геологічних подій, які стали загальними: *укр. хрестові походи, біл. крыжовыя паходы, укр. доба феодалізму, біл. эпоха феадалізму, укр. неоліт, біл. неаліт, укр. кайнозойська ера, біл. кайназойская эра, укр. греко-перські війни, біл. грэка-персідскія войны*; із великої літери пишемо назви історичних подій, епох, війн, революцій, народно-визвольних рухів, повстань, знаменних дат: *укр. Відродження, біл. Адраджэнне, укр. Перша світова війна, біл. Першая сусветная вайна, укр. Варфоломіївська ніч, біл. Варфаламееўская ноч, укр. Льодове побоїще, біл. Лядовае пабоішча, укр. Семирічна війна, біл. Сямігадовая вайна, укр. Полтавська битва, біл. Палтаўская бітва*; також із великої літери пишемо державні, традиційні, релігійні свята: *укр. Перше травня, біл. Першае мая, укр. День перемоги*[14]*, біл. Дзень Перамогі, укр. День знань, біл. Дзеньведаў, укр. Великдень, біл. Вялікдзень, укр. Івана Купала, біл. Купалле, укр. Різдво Христове, біл. РастваХрыстова, біл. Нараджэнне Пана.* Якщо початковий порядковий числівник у складеній назві написаний цифрою, то наступне слово пишемо з великої літери: *укр. 8 Березня, біл. 8 Сакавіка, укр. 1 Травня, біл. 1 Мая.* [18, с. 67–68; 13, с. 51]. На поданих прикладах ми можемо побачити, що загалом правила написання власних назв часових відрізків і визначних дат в українській і білоруській мовах не відрізняються, що полегшує роботу перекладача.

[14] У сучасному українському узусі часто використовується написання *День Перемоги (9 травня на пострадянському просторі святкують День Перемоги у Великій вітчизняній війні; Святкування Дня Перемоги розпочалося з покладання квітів до могили Невідомого солдата та Вічного вогню в Парку Вічної Слави (РБК – Україна)),* хоч "Український правопис" кодифікує лише перший варіант [18, с. 67].

Окрім знання мовної норми, при передачі хрононімів з української мови на білоруську й навпаки, необхідно враховувати історичні, релігійні, культурні традиції обох країн. Незнання цих традицій може призвести до викривлення або неправильної передачі інформації. Це можна простежити на прикладі перекладу власної назви військової кампанії 1812 р. Як відомо, 1812 р. відбулося вторгнення французьких військ під проводом Наполеона Бонапарта на територію Російської імперії. У Росії ця подія відома під назвою *Отечественная война 1812 г*. Цей онім уперше з'явився в російській публіцистиці в 1813 р. для розрізнення та протиставлення національної війни 1812 р. і закордонних походів російської армії 1813–1814 рр. Із виданням у 1839 р. "Опису Вітчизняної війни в 1812 році" О. І. Михайловського-Данилевського ця назва стала загальноприйнятою в російській історичній науці. Після Першої світової війни 1914–1918 рр. і падіння царизму термін *Вітчизняна війна 1812 р.* (*рос. Отечественнная война*) повністю зник із літератури. У 1938 р. він був знову повернутий до вжитку, а з 1941 р. – затвердився в радянській науці [20, с. 73]. "Енциклопедія історії Білорусі" також подає назву цієї події як *Айчынная вайна 1812 года* [Там само]. На відміну від білоруської й російської традицій, сучасна українська історіографія використовує інший термін – *Війна 1812* року [4, с. 536]. Хрононім *Вітчизняна війна* на позначення кампанії Наполеона також існував в українській науковій літературі. За твердженням О. І. Перелигіної, він почав уживатися внаслідок помилки Б. С. Абаліхіна та вчених української діаспори. Під час цитування праці Г. Ю. Гербільського "Українські козачі полки і українське ополчення у вітчизняній війні 1812 року" (1943) науковці посилалися на видання, у якому в назві тексту словосполучення *вітчизняна війна* було написане з великої літери. У свою чергу інші науковці, покликаючись на наявні праці, закріпили неправильний варіант назви [10, с. 160]. Насправді, згадуючи війну 1812 р., слово *вітчизняна* автор писав із малої літери, отже, вживав його лише для означення характеру війни [Там само]. У разі механічного перенесення назви з білоруськомовного тексту в український, тобто у формі *Вітчизняна війна*, отримувач інформації може неправильно зрозуміти текст ще й тому, що в українській мові цей хрононім асоціюється з іншим відрізком часу, а саме з війною між Німеччиною і СРСР 1941–1945 рр.

В "Енциклопедії історії Білорусі" на позначення згаданого періоду використовують термін *Вялікая Айчынная вайна 1941–45*, в"Енциклопедії історії України" – *Велика Вітчизняна війна*

Радянського Союзу 1941–1945 [4, с. 458]. Термін був створений радянською пропагандою за зразком російського хрононіма *Отечественная война* з французами 1812 р. У різноманітних художніх і публіцистичних творах письменники вживають і повний, і короткий варіанти назви: *укр. Вітчизняна війна (Риси суворої мужності наклала Вітчизняна війна на його молоде добре обличчя (О. Довженко, "Повість полум'яних літ")), укр. Велика Вітчизняна війна (Не встиг я прийняти в Кисловодську кілька ванн, як почалась Велика Вітчизняна війна (В. Сосюра, "Третя рота")), біл. Айчынная вайна (Айчынная вайна ад яго была далей. Па рашэнню абкома ён разам з экспанатамі музея эвакуіраваўся ў самым пачатку яе (І. Шамякін, "Сэрца на далоні")), біл. Вялікая Айчынная вайна (Менавіта з таго часу, з 1934 года і да самай смерці ён быў пастаянным падпісчыкам "Звязды". Здарыўся толькі адзін вымушаны перапынак – Вялікая Айчынная вайна… (Звязда, "Жывое слова Пімена Панчанкі"))*. У сучасній українській історіографії такий хрононім є науково некоректним, адже війна на українських землях розпочалася ще в 1939 р. з нападом Німеччини та СРСР на Польщу. Деякі дослідники (наприклад, С. І. Грабовський) висловлюють думку, що Друга світова війна для українців розпочалася в березні 1938 р., коли війська хортистської Угорщини окупували Закарпатську Україну [3]. У зв'язку з тим, що цей термін несе у собі ідеологічне навантаження та є неточним, останнім часом він витісняється хрононімом *Друга світова війна*. Такі зміни закріплені законодавчо, а саме Законом України від 09.04.2015 р. "Про увічнення перемоги над нацизмом у Другій світовій війні 1939–1945 років", у якому радянський термін *Велика Вітчизняна війна* відсутній [5].

Окрім вищезгаданих власних назв визначних історичних подій, проблемною для перекладу є назва *Жовтнева революція* на позначення подій 25 жовтня 1917 р. в Російській республіці.У сучасній історіографії щойно згаданий хрононім уже майже не використовується, натомість поширений онім *Жовтневий переворот (Таким чином, жовтневий більшовицький переворот 1917 року в Петрограді не знайшов підтримки з боку переважної більшості земств України (Т. Мавієнко,"Реакція земств України на жовтневий переворот 1917 року"); Названі співробітники ЧК-ГПУ-НКВД-КГБ, а також діячі комуністичної партії, Жовтневого перевороту 1917 року (РБК – Україна, "УІНП опублікував список осіб, які підпадають під закон про декомунізацію")*. Звісно, це не впливає на сам факт наявності згаданої

одиниці в українському ономастиконі, але останні суспільно-політичні події в Україні істотно знизили частотність уживання хрононіма *Жовтнева революція* у досліджуваних текстах *(Жовтнева революція 1917 р. мала величезний вплив на розвиток Росії і всього світу в XX ст. (В. Губарьов, "Довідник школяра і студента. Всесвітня історія"); Чи можна назвати Жовтневу революцію радянською (за суспільною силою, що перемогла) і більшовицькою (за політичною партією, що прийшла до влади)? (С. Кульчицький, "Терновий вінець 1917 року. 2. Чи були події 7 листопада 1917 року революцією?")*. Натомість у білоруському ононмастиконі хрононім *Кастрычніцкая рэвалюцыя* і досі займає панівні позиції *(Такім чынам, Кастрычніцкая рэвалюцыя была прынесена ў Беларусь на расейскіх штыхах (І. Саверченко, Д. Санько,"100 пытанняў і адказаў з гісторыі Беларусі), І яшчэдаданілі нам, штоВялікая Кастрычніцкая рэвалюцыя дала шчасце і волю кожнаму чалавеку (А. Боровський, "Тры елкі дзяцінства"), Негледзячы на розныя сучасныя ацэнкі, застаецца бясспрэчным, што Вялікая Кастрычніцкая сацыялістычная рэвалюцыя адкрыла новую эпоху ў развіцці чалавецтва… (БелаПАН, Аляксандр Лукашэнка: Дзякуючы падзеям 1917 года беларусы ўпершыню набылі сваю дзяржаўнсць))*, хоч у неофіційній білоруській періодиці його майже не використовують *(Самі бальшавікі спачатку называлі свій прыход да ўлады "Кастрычніцкім пераваротам" (Р. Пайпс, "Кастрычніцкая рэвалюцыя на самой справе была рэстаўрацыяй"), На лекцыі і гісторы і настаўніца неяк згадала пра кастрычніцкую рэвалюцыю, адцеміўшы, што на самрэч гэта быў "пераварот" (В. Мухін, "Сьвята дрэйфуе"), Атрымалася, што ў адным шэрагу Вялікая Кастрычніцкая сацыялістычная рэвалюцыя (або бальшавіцкі пераварот – як каму падабаецца) і выгнанне з Масквы "польскіх інтэрвентаў" (С. Букчин, "Што, уласна, здарылася?"))*.

Проблеми з перекладом виникають і під час перекладу назв релігійних свят, незважаючи на те, що вони часто подібні, адже українці й білоруси тривалий час проживали на сусідніх територіях і мали тісні зв'язки в різних сферах суспільного й культурного життя. Передаючи назви важливих християнських подій і свят, перекладач має враховувати вироблену традицію: якщо православні й римсько-католицькі хрононіми зазвичай мають однакову чи схожу форму в українській мові *(правосл. Воскресіння Христове, катол. Воскресіння Христове; правосл. Різдво Господнє (Христове),катол. Різдво Христове)*, то в білоруській мові порівнювані одиниці відрізняються *(правосл.*

Ражджаство Госпада Бога і Спаса нашага Іісуса Хрыста, катол. Урачыстасць Нараджэння Пана; правосл. Вербная нядзеля, катол. Пальмовая нядзеля). Основні труднощі виникають через різну термінологію й міжмовну омонімію. Наприклад, перший день Великого посту в римокатоликів має дві назви: *Папяльцовая серада* (*Каталікі з 14 гадоў абавязаны ўстрымлівацца ад мясных страваў у пятніцы, а з моманту дасягнення паўналецця і да 60 гадоў жыцця павінны выконваць строгі пост ў Папяльцовую сераду і Вялікую пятніцу (Наша ніва, "У каталікоў сёння Папялец – пачатак Вялікага посту"); За Тлустым аўторкам надыходзіць Папяльцовая серада або Папялец – першы дзень 40-дзённага Вялікага посту ў каталікаў (Рыма-каталіцкі касцёл у Беларусі, "Традыцыі народнага хрысціянства: Папялец і Вялікі пост")* і *Папялец* (*Папялец атрымаў такую назву таму, што ў гэты дзень прынята хадзіць на імшу, пад час якой святар на лоб вернікам наносіць знак крыжа асвячоным попелам (Наша ніва, "У каталікоў сёння Папялец – пачатак Вялікага посту"); У некаторых краінах на Папялец крэсляць попелам знак крыжа на чале верніка, і людзі ходзяць з гэтым крыжам ўвесь дзень, не саромеючыся і не звяртаючы ўвагі на кпіны або здзіўленыя позіркі (Рыма-каталіцкі касцёл у Беларусі,"Традыцыі народнага хрысціянства: Папялец і Вялікі пост")*); в українській традиції ця подія має лише одну назву – *Попільна середа* (*Від сьогодні, Попільної Середи, Церва входить в час, котрий є більше часом мовчання, ніж говоріння – у Великий Піст (о. В. Куснеж, "Попільна середа"); Попільна середа, спочатку називалася dies cinerum (Попільний день), згадується в християнських богослужбових текстах, що відносяться до кінця VIII століття (РБК – Україна, "У католиків сьогодні Попільна середа - початок Великого посту")*). Слово *попілець* також наявне в лексичному складі української мови, але воно функціонує як загальна назва і є зменшено-пестливою формою слова *попіл*, що має значення "*легка пилоподібна сіра (рідко чорна або біла) маса, яка залишається після згоряння чого-небудь"* [15] *(Колись було в історії, що гуси Рим врятували, а тепер, навпаки, вони можуть з цілої планети зробити попілець (О. Гончар, "Тронка"); Легенький попілець, підхоплений силою вогню, злітав догори та розходився навколо (М. Коцюбинський "Для загального добра")*. Саме від щойно згаданого апелятива походить назва врочистості.

Важливо не змішувати між собою відповідники свят, адже в їхній формі передано зміст подіїта її розуміння в певній конфесії: наприклад, *Стрітення Господнє* однаково передають і в римсько-католицькій, і в православній українських традиціях (*Святкування Стрітення Господнього бере свій початок ще у IV ст. (РІСУ, "Римо-Католицька Церква сьогодні відзначає свято Стрітення Господнього"); Імператор наказав святкувати Стрітення Господнє як великий празник і відзначати його на території всієї імперії (РІСУ, "15 лютого Стрітення Господнє за юліанським календарем")*). Пояснюють виникнення назви від зустрічі Ісуса Христа зі своїм народом, православна білоруська традиція передає його як *Стрэчанне Гасподне* і дає таке ж пояснення [6, с. 255–256] (*Свята Стрэчання Госпада нашага Іісуса Хрыста адзначаецца Царквой услед за светлымі днямі Нараджэння Хрыстова і Святога Богаяўлення, калі хрысціяне рыхтуюцца да подзвігаў посту, малітвы, сардэчнай скрушанасці (Білоруська православна церква Гродненська єпархія, "Пропаведзь на Стрэчанне Гасподне"); Адны кажуць, што пайшло прозвішча ад назвы веснавога свята Стрэчанне (Сретение Господне), якое прыпадае на сярэдзіну лютага, калі зіма з вясной страчаюцца, сустракаюцца (В. Юревич, "Беларускія прозвішчы")*). Сама назва свята *Стрітення* бере свій початок ще з язичницьких часів – за давніми віруваннями в цей день зустрічаються зима з весною [2, с. 512]. Ще одна назва цього свята *укр. Громниці (Ще прокльони знімає тепла вода, над якою треба провести громничною свічкою три рази (свічка, освячена й запалена на Громниці, тобто Стрітення)… (В. Лис, "Поліська мудрість Пелагеї")), біл. Грамніцы (Пятрок стаяў у дзверях, а Сцепаніда рэшаю прыпасенай з Грамніц абхадной свечкі нацерла карове падгрудак – ад злога духу і каб была малочнай улетку (В. Быкаў, "Знак бяды")); У дзень Грамніц у храмах асвячалі не толькі свечкі, але і ваду (Звязда, "Грамнічную свечку нельга пазычаць"))* також пов'язана з народними віруваннями. Як вважали наші предки, стрітенські свічки мали магічну силу і називалися громничними, їх за потреби запалювали під час грому, щоб відвести лихо, та ставили в руки померлому, щоб вона освітлювала тому дорогу в потойбічний світ [Там само]. Білоруський римсько-католицький хрононім *Ахвяраванне Пана (2 лютага Каталіцкі Касцёл адзначае свята Ахвяравання Пана (Рыма-каталіцкі касцёл у Беларусі, "Размовы са святаром" пра Ахвяраванне Пана"); У свята Ахвяравання Пана ва ўсіх касцёлах Беларусі праходзяць святочныя набажэнствы (Рыма-каталіцкі касцёл у Беларусі, "2 лютага – свята Ахвяравання Пана і*

Дзень кансэкраванага жыцця") не пов'язаний з язичництвом і несе в собі зовсім інший зміст –виконання закону, згідно з яким батьки повинні посвятити свого первістка Богові.

На прикладі назви свята *Вербна неділя* також можна помітити вплив місцевих реалій. У римсько-католицькій традиції вона має назву *Пальмова неділя* в українській мові *(Пальмова неділя – це також день, коли на місцевому рівні відзначається Всесвітній День Молоді (РІСУ, "У Пальмову неділю Папа Франциск привітав молодь з усього світу"); Свято Входу Господнього в Єрусалим ("Пальмова" неділя) відзначається за тиждень до Пасхи, в шосту неділю Великого Посту (РІСУ, "Римо-католики та вірмени 13 квітня святкують Пальмову неділю – вхід Господній в Єрусалим"))* або *Пальмовая нядзеля* в білоруській *(Касцёл, падрыхтаваны велікапосным пакаяннем, у Пальмовую нядзелю пачынае перажываць цэнтральную таямніцу хрысціянскай веры – пасхальную таямніцу смерці і ўваскрасення Езуса Хрыста (Рыма-каталіцкі касцёл у Беларусі, "1 красавіка – Пальмовая нядзеля"); Пачатак святкавання Пальмовай нядзелі мы знаходзім у VI стагоддзі ў Ерузалеме (Рыма-каталіцкі касцёл у Беларусі, "20 сакавіка Пальмовая нядзеля, якая распачынае Вялікі тыдзень"))* через те, що під час в'їзду Ісуса до Єрусалиму перед ним устеляли дорогу пальмовими гілками. При впровадженні православ'я було використано народні уявлення про світ, а саме віру в те, що верба є Деревом життя і від доторку галузкою, що розпускається, людині чи тварині передається життєдайна сила рослини [2, с. 55]. Цей відобразилося в назві свята – *укр. Вербна неділя (Неділя вербна… На пуантах Вербових котиків весна… Господнє небо і Десна… На всенький світ – Господні канти (А. Мойсієнко, "Неділя вербна…"))* або *біл. Вербная нядзеля (Па-другое, шэсць год таму, менавіта ў вербную нядзелю нашая маленькая каплічка ўпершыню расчыніла свае дзверы для парафіянаў (І. Лямбовіч)* чи *біл. Вербніца (У нас вербніца – Людзі цешацца, Усміхаюцца, Хрысту каяцца (І. Лямбовіч)*.

Важливою подією у християнському житті є *Воскресіння Господнє (Празник Воскресіння Господнього належить до найбільших та найвеличніших для усього християнського світу (М. Федак-Гелитович, "Воскресіння Господнє" ("Зішестя в ад") в українській іконографії")) що* також передається по-різному, залежно від конфесії. Православна традиція використовує хрононім *біл. У васкрасенне Хрыста (У васкрасенне Хрыста напоўніла апосталаў радасцю і надзеяй (Звязда, "Пастырскае пасланне на Вялікдзень 2008 г.)),* тоді як римсько-католицька називає цю подію двома способами – *біл. Урачыстасць Уваскрасення Пана (У*

свята Уваскрасення Пана ў нашых святынях гучыць радасны спеў "Аллелюя!" (Рыма-каталіцкі касцёл у Беларусі, "Пажаданні біскупа Аляксандра Кашкевіча з нагоды ўрачыстасці Уваскрасення Пана 2016 г.")) таб*іл. Урачыстасць Змёртвых паўстання Пана (Сённяшняя ўрачыстасць Змёртвых паўстання Пана зусім не спыняе нашыя намаганні (Рыма-каталіцкі касцёл у Беларусі, "Нядзельнае казанне: 4 красавіка – Велікодная нядзеля. Урачыстасць З мёртвых паўстання Пана"))*. Отже, на поданих прикладах можемо побачити, що під час передавання хрононімів, мотивованих символічними подіями християнського календаря, з української мови на білоруську потрібно чітко знати, до якої конфесії належить оригінал. Відповідно й переклад із білоруської мови на українську має враховувати цю специфіку, адже деякі хрононіми, закріплені тільки в римсько-католицькій практиці, в українській мові мають певну специфіку, хоч, звісно, українські хрононіми, як підкреслювалось вище, так не відрізняються від православних, як це бачимо в білоруському мововжитку. У подальших дослідженнях вважаємо за необхідне проаналізувати специфіку релігійних хрононімів у греко-католицькій і протестантській церквах України і Білорусі.

Висновки. Проаналізувавши ознаки, особливості функціонування, походження хрононімів, можна зробити висновок, що цей розряд власних назв використовується на позначення історично важливих подій, державних і релігійних свят і відображає вагомі аспекти економічного, політичного, культурного, історичного, релігійного життя окремого народу чи людства в цілому. Переклад таких одиниць становить труднощі навіть для таких близькоспоріднених мов, як українська та білоруська, через існування різних традицій відображення назв історичних подій і свят. Для адекватної передачі хрононімів перекладачеві треба володіти великою кількістю не лише лінгвістичної, а й екстралінгвальної інформації, оскільки цей розряд онімів передає не тільки сам факт події, а й сприйняття цього факту через світогляд певного народу. Для полегшення процесу перекладу розглядних одиниць українські лексикографи-білорусисти мають створити тематичні перекладні українсько-білоруські/ білорусько-українські словники хрононімів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Виноградов В. С.* Введение в переводоведение (Общие и лексические вопросы) / В. С. Виноградов. – М. : ИОСО РАО, 2001.

2. *Войтович В. М.* Українська міфологія / В. М. Войтович. – К. : Либідь. 2002.

3. *Грабовський С. І.* Українці по три боки фронту. Нація і зброя / С. І. Грабовський. – Ніжин : ПП Лисенко М. ; М., 2010.

4. *Енциклопедія історії України*. – К. : Наук. думка, 2003. – Т. 1.

5. *Закон України від 09.04.2015 р. "Про увічнення перемоги над нацизмом у Другій світовій війні 1939–1945 років"* [Електронний ресурс] Режим доступу від 26.03.2016: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/315–19

6. *Исаева Е. Л.* Православная энциклопедия / Е. Л. Исаева. – М. : РИПОЛ классик, 2010.

7. *Карпенко О. Ю.* Структура хрононімічного фрейму / О. Ю. Карпенко. – Одеса : Астропринт, 2008. – Вип. 11. – С. 111–118.

8. *Кочерган М. П.* Вступ до мовознавства : підручник ; 2-ге вид. / М. П. Кочерган. – К. : Академія, 2005.

9. *Лучик В. В.* Спроба охопити неохопне (М. М. Торчинський : монографія / *В. В. Лучик*. – Хмельницький : Авіст, 2008; Структура онімного простору української мови. Функціонування власних назв. – Хмельницький, 2009. – Ч. ІІ. [Електронний ресурс] / В. В. Лучик // Українська мова. – 2010. – № 2. – С. 135–140. – Режим доступу від 22.03.2016: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Ukrm_2010_2_17.

10. *Неклесова В. Ю.* Хрононіми у руслі когнітивної ономастики / В. Ю. Неклесова // Записки з ономастики. – Одеса : Астропринт, 2009. – № 12. – С. 64–73.

11. *Перелигіна О. І.* Брошура Григорія Гербільського 1943 року про участь українців у війні з Наполеоном: історіографічний факт та історіографічний міф / О. І. Перелигіна // Вісн. Дніпропетровського ун-ту. Серія Історія та археологія. – Д. : Вид-во Дніпропетровського нац. ун-ту, 2013. – № 1/1. – Вип. 21. – С. 158–165.

12. *Подольская Н. В.* Словарь русской ономастической терминологии / *Н. В. Подольская*. – 2-е изд. – М. : Наука, 1988.

13. *Правілы беларускай арфаграфіі і пунктуацыі*. – Мінск : Нац. Цэнтр прававой інфарм. Эсп. Беларусь, 2008.

14. *Реммер С. А.* Хрононіми як особливий розряд власних імен : автореф. дис. канд. філол. наук. 10.02.02 / С. А. Реммер ; Донец. нац. ун-т. – Донецьк, 2005.

15. *Словник української мови : у 11 т.* [Електронний ресурс]/ АН УРСР. Інститут мовознавства ; за ред. І. К. Білодіда. – К. : Наук. думка, 1970–1980. – Режим доступу від 02.04.2016: http://sum.in.ua/

16. *Суперанская А. В.* Общая теория имени собственного / А. В. Суперанская. – М. : Наука, 1973.

17. *Торчинський М. М.* Структура онімного простору української мови : монографія. – Хмельницький : Авіст, 2008.

18. *Український правопис*. – К. : Наук. думка, 1993.

19. *Українська мова : Енциклопедія.* – 2-ге вид., випр. і доп. – К. : Вид-во "Українська енциклопедія" ім. М. П. Бажана, 2004.

20. Энцыклапедыя гісторыі Беларусі : у 6 т. – Мн. : БелЭн, 1993. – Т. 1.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. *Беларускі N-корпус* [Електронний ресурс] Режим доступу 02.04.2016:http://bnkorpus.info/

2. *Белорусская православная церковь* Гродненская єпархія [Електронний ресурс] Режим доступу 02.04.2016:http://www.orthos.org/

3. *Губарев В. К.* Довідник школяра і студента. Всесвітня історія / В. К. Губарев ; пер. Б. М. Губарева. – Донецьк : ТОВ ВКФ "БАО", 2004.

4. *Дзеркало тижня* [Електронний ресурс] Режим доступу 02.04.2016: http://gazeta.dt.ua/

5. *Електронний корпус* української мови [Електронний ресурс] Режим доступу 01.04.2016:http://www.mova.info/corpus.aspx?l1=209
6. *Енциклопедія історії України*. – К. : Наук. думка, 2003. – Т. 1.
7. *Наша ніва* [Електронний ресурс] Режим доступу 02.04.2016:http://nn.by/
8. *"Наша парафія"* Парафія святого архистратига Михаїла, Київ, Пирогів [Електронний ресурс] Режим доступу 02.04.2016: http://www.parafia.org.ua/
9. *Парафія* "Введення в храм Пресвятої Богородиці" [Електронний ресурс] Режим доступу 03.04.2016:http://cerkva.kiev.ua/
10. *РБК – Україна* [Електронний ресурс] Режим доступу 03.04.2016: https://www.rbc.ua/ukr
11. *Релігійно-інформаційна службаУкраїни* [Електронний ресурс] Режим доступу 29.03.2016:http://risu.org.ua/
12. *Рыма-Каталіцкі касцёл* у Беларусі [Електронний ресурс] Режим доступу 04.04.2016: http://catholic.by/
13. Рыма-каталіцкая парафія св. Яна Евангеліста і св. Максімільяна М. Кольбэ у г. Мінску [Електронний ресурс] Режим доступу 02.04.2016: http://jan.by/
14. *Энцыклапедыя гісторыі Беларусі* : у 6 т. – Мн. : БелЭн, 1993. – Т. 1.

Стаття надійшла до редколегії 14.10.2016 р.

Давидюк Т. Д., студ.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев
Скопненко А. И. канд. филол. наук, старш. научн. сотр.

ХРОНОНИМЫ В УКРАИНСКОМ И БЕЛОРУССКОМ ЯЗЫКАХ: ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ И ПРОБЛЕМЫ ПЕРЕВОДА

Проанализированы сущность, виды, особенности функционирования и проблемы перевода хрононимов в украинском и белорусском языках. На отдельных примерах исследованы основные различия в номинации важных исторических событий и христианских праздников в Украине и Беларуси.

Ключевые слова: *украинский язык, белорусский язык, хрононимы, проблемы перевода, ономастика.*

Davydiuk T. D., student,
Taras Shevchenko National University of Kyiv
Skopnenko O. I., PhD, Senior Researcher

CHRONONYMS IN THE UKRAINIAN AND THE BELARUSIAN LANGUAGES: FUNCTIONING AND PROBLEMS OF TRANSLATION

The article analyzes the nature, types, features of functioning of chrononyms and the problems of their translation into the Ukrainian and the Belarusian languages. Using particular examples, it examines the main differences in the nomination of important historical events and Christian holidays in Ukraine and Belarus.

Keywords: *the Ukrainian language, the Belarusian language, chrononyms, problems of translation, onomastics.*

УДК 811.111'42

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

PR-СТРАТЕГІЯ В КОМУНІКАТИВНОМУ ПРОСТОРІ (НА МАТЕРІАЛІ АНГЛОМОВНИХ ТЕКСТІВ ІНТЕРВ'Ю З БІЗНЕСМЕНАМИ)

Зроблено спробу виявити специфіку PR-стратегії бізнесменів в англомовному мас-медійному дискурсі на матеріалі текстів інтерв'ю. Пропонується класифікацію PR-тактик за семантичною складовою. Особливу увагу приділено аналізу структурно-семантичних і прагматичних особливостей реалізації тактико-стратегічного потенціалу бізнесменів у контекстах друкованого ділового спілкування під час інтерв'ю.

Ключові слова: *PR-стратегія, PR-тактика, текст інтерв'ю, бізнесмен.*

Глобальне розширення підприємницької діяльності та проблема зацікавлення потенційних клієнтів у наданні переваги тій чи іншій пропозиції на світовому ринку призвели до потреби розробки й реалізації дієвих кроків популяризації товарів і послуг серед широкого загалу споживачів. Так виникла потреба удосконалення зв'язків із громадськістю (publicrelations) і виведення їх на новий інформатизований рівень роботи бізнес-компаній із клієнтами, що реалізується через ряд традиційних і новітніх медій [6; 9].

Метою статті є спроба виявити специфіку реалізації PR-стратегії англомовних бізнесменів на матеріалі англомовних текстів інтерв'ю. **Предметом** є мовна реалізація PR-стратегії англомовних бізнесменів у друкованому мас-медійному дискурсі. **Об'єктом** дослідження є англомовні тексти інтерв'ю, а саме двочленний мікродіалог, що складається з репліки-стимулу журналіста та репліки-реакції бізнесмена. **Актуальність** такого дослідження обумовлена недостатньою кількістю науково-практичних досліджень, присвячених бізнес- і PR-практиці та її реалізації у тактико-стратегічному потенціалі представників бізнесу у друкованому англомовному мас-медійному дискурсі, а також важливості цієї проблематики в час глобалізації та розвитку інформаційних технологій.

Відомо, що PR-стратегія досліджували багато науковців у галузі політичних наук, журналістики й лінгвістики: E. L. Bernays, G. M. Broom, S. M. Cutlip, J. E. Grunig, W. K. Lindenmann, T. Watson, D. G. Wright, R. Gaunt, J. D. Barquero Cabrero, D. Michaelson and Don W. Stacks; В. М. Горохов, В. С. Комаровский, Л. Н. Федотова; Г. Г. Почепцов, В. В. Різун, В. Г. Королько, К. Ю. Янгельська і ін. [2, с. 9; 8, p. 8–9].

Проаналізувавши корпус праць, присвячених цій тематиці, і беручи до уваги предмет нашого дослідження, визначаємо **PR-стратегію** як сукупність послідовних дій (тактик), спрямованих на інформативне переконання й побудову результативних зв'язків між організацією та її цільовою аудиторією [8, p. 2–7; 5, с. 5].

У процесі дослідження було виявлено, що PR-стратегія може досягатися рядом тактик, найпоширеніші з яких ми розглянемо у цій статті.

1) *Тактика "фактажу"/ "статистики"* передбачає надання респондентом статистичних даних для окреслення сфери впливу власної організації з метою її популяризації та/ або встановлення бізнес-ієрархії. Така тактика актуалізується лінгвістичними маркерами різного типу (іменниками: *statistics*; числівниками та вищим ступенем порівняння прикметників: *between 5 and 11 timeshigherthan*тощо):

"**PEC:** If I'm a merchant, I want customers to come back and buy from me again. Thoughts on that?"

"**Eberstadt:** Let me share some general statistics […] What we see is that people who ask questions while shopping typically convert at a rate between 5 and 11 times higher than the baseline for the store. […]" (Practical eCommerce26.09.2012).

2) *Тактика "глобального поширення"* акцентує увагу на охопленні компанією ряду світових ринків й реалізується за допомогою синтаксем на позначення "виклику", а також назв міст, частин світу та континентів. Також часто використовуються прості поширені та непоширені речення із предикатами із семами типу "вступати", "займати місце" тощо:

"[…] Why do you think investors have been so enthusiastic about the company?" "[…] If a company's Web server is in New York and its customer is in Los Angeles – or Perth, Australia, for that matter – getting content to that customer in a fast and dependable manner can be quite a challenge, particularly during times of intense demand. That's where Akamai comes in […]. (Harvard Business Review May–June 2015 issue).

3) *Тактика визнання поразок* відображає відкритість організації чи виконавчої особи у визнанні наявності помилок у минулому з метою неповторення їх у майбутньому та наголошення на набутому досвіді. Така тактика реалізується інтерогативами-перепитуваннями; синтаксемами на позначення "помилки" та використанням категорії минулого часу*'dhavehad*, *14 yearsago,* а також паралінгвістичними маркерами екскламації (*!*) тощо:

"**Wired:** Why didn't you do it?"

"Page: Why didn't we do it then?We'd have had a lot more time to get it done! It's like autonomous cars. I wanted to do them when I was at Stanford. That was over 14 years ago. The only thing that changed was we got the guts to actually do it. That was our fault". (WIRED Magazine Issue 21.01.13).

У цьому МД респондент наголошує на давнішньому стані речей (*wasover 14 yearsago*), наполягаючи на тому, що "урок" засвоєно і компанія нарешті спроможна обрати правильнийшлях розвитку [4, с. 3–4].

4) *Тактика титанічної праці* відображає великий обсяг виконаних робіт, результатом яких є якісний і "перевірений" продукт. Реалізація тактики досягається повними й еліптичними розповідними реченнями, мовленнєвими актами заперечення із семами "не так легко, як іншим", синтаксемами на позначення "працьовитості", "наполегливості", "цілеспрямованості", "долання перешкод" тощо:

"[…] **At a personal level, did this experience cause you to reconsider your stance on this issue?"**

"No, we are very sure of what we do. One of the most impressive things for me about TPB when looking back is our consistency towards our goals and ideals. We've always been true to them, even when the winds have been blowing against us rather than with us […]And we're working around the clock to sign up more" (IT Business 16.10.2008).

5) *Тактика вдосконалення* націлена на репрезентацію інновацій і розвиток компанії. Ця мета реалізується використанням предикатів "руху", "розвитку", "оптимізації", "переконання" й лінгвістичних модусів на позначення "збільшення", "вдосконалення" й "розширення меж":

"BusinessInterviews.com: What makes MartMobi unique?"

"Satya: […] Everything we do at MartMobi is to improve mobile conversions for our customers. We optimize every step of the consumer journey to ensure that their mobile store is highly engaging and minimizes dropouts. Merchants usually see an uplift in conversions from day 2 of their mobile site or app going live and soon after many have reported a 50–100% increase in conversions. We are only at the forefront of what is possible" (Business INTERVIEWS 15.08.2014).

6) *Тактика "ключа до успіху"* має на меті передати загальну модель або ідею взаємодії організації з клієнтом для досягнення бажаного результату. Така тактика актуалізується поширеними й непоширеними, ускладненими й неускладненими, простими та складними реченнями з семами "причини" та "наслідку":

"[...] Can you explain a little more what you mean by it?"

"[…]Because in the Internet world, if you don't take action, somebody else will. […] By taking on the risk, I free the organization to act. (Harvard Business Review May–June 2015 issue).

7) *Тактика набутого досвіду* засвідчує набуті уміння й навички роботи з клієнтом та успіху на ринку і досягається використанням імпліцитних мовленнєвих актів риторичного запитання, репрезентативів, а також різних предикатів із семою "досягнення", суб'єктивів на позначення "свій" і "вузька спеціалізація" типу *oursystem*, *specializedways* тощо.

"**Wired:** Why don't we see more people with that kind of ambition?"

"**Page:** It's not easy coming up with moon shots. And we're not teaching people how to identify those difficult projects. Where would I go to school to learn what kind of technological programs I should work on? […] There's no degree for that. Our system trains people in specialized ways, but not to pick the right projects to make a broad technological impact" (WIRED Magazine Issue 21.01.13).

У наведеному прикладі виконавчий директор компанії пояснює, що поняття "досвід" є суб'єктивним, індивідуальним, оскільки кожна організація набуває його самостійно, без допомоги ззовні і може навчити специфікації лише у межах власної системи[7, с. 9].

8) *Тактика інакшості* має на меті передати індивідуальність компанії з-поміж тих, що існують на ринку. Така тактика актуалізується означеннями із семами "інакший", "відмінний", "неповторний"; інтерогативами з використанням риторичного запитання, мовленнєвими актами заперечення:

"**Wired:** One area where people say that Google is indeed motivated by competition is the social realm, where in the past two years you have been working hard in a field dominated by a single rival, Facebook. That's not the case?"

"**Page:** It's not the way I think about it. We had real issues with how our users shared information, how they expressed their identity, and so on. […] For us to succeed, is it necessary for some other company to fail? No. We're actually doing something different. […]". (WIRED Magazine Issue 21.01.13).

9) *Тактика переваги* має на меті передати багатофункціональність і різноплановість компанії. Така тактика актуалізується однорідними членами речення типу *Wecanbuild*, *add*, *serveup*, *deliver* з метою підсилення ефекту. Іншими лінгвістичними маркерами можуть бути словосполучення із семами "адаптації", "розширення функцій", "важливості" тощо:

"As you build up a network of servers worldwide, will you expand your services beyond content delivery?" takes. […] The provision of functions and applications will be an important part of our business. (Harvard Business Review May–June 2015 issue).

У ході реалізації цієї тактики зустрічається використання бінарної опозиції "ми] [інші" (*And then we can add […]*, *At the opposite end they […]*). Також під час порівняння компаній використовуються ступені порівняння прикметників типу *in the more interactive way rather than* тощо". (Practicale Commerce 26.09.2012).

10) *Тактика захоплення* акцентує увагу на захваті результатами власної бізнес-діяльності. Реалізацією цієї тактики є предикати на позначення "цінування", "захоплення" та словосполучення типу *to print out and put it on my wall* тощо:

"**Because Ken Loach's Sweet Sixteen got an 18 certificate just for one usage right?**"

"EW: I cherish this and I'm going to have to print out and put it on my wall. […]". (GQ Magazine 11.09.2013).

11) *Тактика збільшення* поєднується з *тактикою хизування* та спрямована на надання "суперпозитивних" якостей (overestimation) компанії. Вона реалізується використанням градуйованих за інтенсивністю прикметників типу *verygood*, *fascinating*, *amazing*, *gorgeous*, *enormous*etc і словосполучень: *the time of my life*,*a company like this*:

"What's it like to move so fast?"

"For me, the pace of Akamai—and of the Internet business in general—isexhilarating with enormous energy. […] It's extremely intense. […]". (Harvard Business Review May–June 2015 issue).

12) *Тактика "рекламної кампанії"* є, по-суті, "цитуванням" відомої реклами продукту, вилученої з різних медіа, івживається з метою заявити та/ або нагадати про себе на динамічному, висококонкурентному ринку. Така тактика актуалізується суб'єктивами-назвами організації й широким спектром лінгвістичних маркерів із семами "перевага", "першість", "адаптованість", що мають на меті зацікавити цільову аудиторію та переконати її обрати продукт:

"**BusinessInterviews.com**: How is VacationFutures revolutionizing the vacation rental space?"

"**Andrew:**VacationFutures is the first and only vacation rental marketplace to address what most vacation homeowners actually care about. Namely maximizingincome while minimizing their financial risk and time commitment. […] By creating an online marketplace where professional vacation rental managers compete to buy weeks from homeowners, VacationFutures offers a better option that simply

did not previously exist. Homeowners receive the highest possible amount of guaranteed income in a single transaction, and the best rental managersgrow their inventory more quickly and easily than has been possible to date". (Business INTERVIEWS11.09.2014).

Іншими способами реалізації цієї тактики у текстах інтерв'ю можуть бути різні способи інтертекстуальності: такі, наприклад, як посилання на сайт, відео з використанням продукту, знаменитості, яка рекламує його у різних медіа тощо [3, с. 189–195]:

"**Business Interviews.com**: Can you walk us through the thought process of choosing between mobile site and native app and the most important aspects to consider?"

"**Satya**: […] We recently dove into this topic on our blog here" (Business INTERVIEWS 15.08.2014).

13) *Тактика відгуку споживачів* передає оцінку бізнес-діяльності організації третьою особою, а саме клієнтом, що акцентує увагу на визнанні, підвищує мотивацію компанії і спонукає до подальшої праці. Така тактика реалізується розповідними реченнями, до складу яких входять модуси-предикати, що виражають "оцінку", "визнання" тощо. Використання суб'єктивів із семою "сила-силенна" типу *a billion people*, *the majority* тощо вказує на всеохоплюючий успіх компанії:

"**Wired:** As Google now grapples with its image as a powerful, maybe scary company, does it get harder to implement big changes?"

"Page: […] A billion people use our products and praise us" (WIRED Magazine Issue 21.01.13).

14) *Тактика "безстрашності" перед майбутнім* відображає прагнення бізнесмена висловити намір не зупинятися на досягнутому, виправдовувати будь-які засоби реалізації мети. Лінгвістичними маркерами у арсеналі цієї тактики є поширені й непоширені прості речення з використанням предикативів "реалізації", "руху" й різних синтаксем типу *goals*, *regardlessof*, *fears* тощо:

"The high degree of uncertainty must make it hard to plan for the long term".

"Our long term is 90 days. That's it.[…] It requires from other units within the organization to accomplish their goals.[…] Without that kind of concrete, communal, frank assessment, we couldn't move forward as fast as we have toregardless of all fears and insecurities we won't even share" (Harvard Business Review May–June 2015 issue).

Результати дослідження тактик, що представляють PR-стратегію, виявили, що на їх обрання та вживання впливає ряд мовних та позамовних факторів, таких, наприклад, як віднесення того чи іншого бізнесмена до тієї чи іншої етнолінгвокультури; статус компанії, її успіхи на ринку тощо [1, с. 228–229].

Беручи до уваги чинники, що спонукають бізнесменів у друкованому англомовному мас-медійному дискурсі використовувати проаналізований тактико-стратегічний потенціал, ми вважаємо, що доцільним є об'єднання PR-тактик у логічні "семи" на позначення "еволюції" компанії на бізнес-ринку. Отже, з урахуванням комунікативної інтенції респондента, на нашу думку, можна виокремити три основні групи, спрямовані на визначення послідовності розвитку організацій і їхні місця на ринку:

I. Ознайомлюючі тактики, що використовуються з метою "знайомства" з організацією та специфікою її роботи. До них можна віднести:

- *Тактика "фактажу"/ "статистики";*
- *Тактика "глобального поширення";*

II. Тактики розвитку для передачі виконаної роботи над іміджем і статусом компанії:

- *Тактика визнання поразок;*
- *Тактика титанічної праці;*
- *Тактика вдосконалення;*
- *Тактика "ключа" до успіху;*
- *Тактика набутого досвіду;*

III. Визначальні тактики, метою яких є виокремлення характерних рис, що визначають індивідуальність компанії, а отже, її виключне місце на світових позиціях:

- *Тактика інакшості;*
- *Тактика переваги;*

IV. Тактики "розкручування" продукту, що використовуються задля популяризації та визначення вектора роботи компанії в майбутньому.

- *Тактика захоплення;*
- *Тактика збільшення;*
- *Тактика "рекламної кампанії";*
- *Тактика відгуку споживачів;*
- *Тактика "безстрашності" перед майбутнім.*

Перспективним, на нашу думку, є подальше дослідження реалізації PR-стратегії бізнесменами в англомовних текстах інтерв'ю, визначення алгоритмів і послідовності використання наведеного тактико-стратегічного потенціалу, дослідження та порівняння впливу етнолінгвокультури на обрання тактик у межах цієї стратегії, а також взаємодіїрізних стратегій у межах англомовного бізнес-дискурсу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Дегтяренко М. О.* Національно-культурні особливості комунікативної поведінки учасників англомовного бізнес-інтерв'ю / М. О. Дегтяренко // Мовні і концептуальні картини світу : зб. наук. праць. – К. : ВПЦ "Київський університет", 2014. – Вип. 20, Ч.1. – С. 228–236.

2. *Лучкина С. А.* PR-коммуникации в Интернете : дисс. на соиск. уч. степени канд. филол. наук : спец. 10.01.10 "Журналистика" / С. А. Лучкина ; МГУ им. М. В. Ломоносова. – М., 2005.

3. *Москаленко А. З.* Теорія журналістики : підручник / А. З. Москаленко. – К. : Експрес-об'ява, 2008.

4. *Jeffries-Fox B.* Advertising Value Equivalency (AVE) / Bruce Jeffries-Fox // Commission On Pr Measurement And Evaluation / Ed. Donald K. – Gainesville : The Institute For Public Relations, University Of Florida, 2003.

5. *Michaelson, D., & Stacks, D. W.* Exploring the Comparative Communications Effectiveness of Advertising and Public Relations: An Experimental Study of Initial Branding Advantage / David Michaelson, Don W. Stacks // Institute for Public Relations / Ed. Donald K. – Gainesville : The Institute For Public Relations, University Of Florida, 2007. – June.

6. *Oliver S.* Public Relations Strategy / Sandra Oliver. – [3rd edition]. – London and Philadelphia : Kogan Page Kimited, 2010.

7. *Toni Muzi Falconi.*How Big Is Public Relations (and Why Does It Matter)? The Economic Impact of Our Profession / Toni Muzi Falconi// Institute for Public Relations / Ed. Donald K. – Gainesville : The Institute For Public Relations, University Of Florida, 2006.

8. *Watson T.*The evolution of public relations measurement and evaluation. Public Relations Review (2012), doi:10.1016/j.pubrev.2011.12.018.

9. *Weiner M & Bartholomew D.*Dispelling the Myth of PR Multipliers andOther Inflationary Audience Measures / Mark Weiner, Don Bartholomew// Institute for Public Relations / Ed. Donald K. – Gainesville : The Institute For Public Relations, University Of Florida, 2006.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. *Business INTERVIEWS* 15.08.2014.

2. *Business INTERVIEWS*11.09.2014.

3. *GQ Magazine* 11.09.2013.

4. *Harvard Business Review* May-June 2015 issue.

5. *IT Business* 16.10.2008.

6. *Practical eCommerce*26.09.2012.

7.*WIREDMagazine*Issue 21.01.13.

Стаття надійшла до редколегії 14.10.2016 р.

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

PR-СТРАТЕГИЯ В КОММУНИКАТИВНОМ ПРОСТРАНСТВЕ (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ТЕКСТОВ ИНТЕРВЬЮ С БИЗНЕСМЕНАМИ)

Осуществлена попытка выявить специфику PR-стратегии бизнесменов в англоязычном масс-медийном дискурсе на материале текстов интервью. Предлагается классификация PR-тактик согласно семантической составляющей. Особое внимание уделяется анализу структурно-семантических и прагматических особенностей реализации тактико-стратегического потенциала бизнесменов в контекстах печатного делового общения во время интервью.

Ключевые слова: *PR-стратегия, PR-тактика, текст интервью, бизнесмен.*

Degtiarenko M. O., candidate for PhD
Taras Shevchenko National University of Kyiv

PR-STRATEGY IN COMMUNICATIVE SPACE (BASED ON ENGLISH LANGUAGE TEXTS OF BUSINESS INTERVIEWS)

The Article aimstorevealthespecificsofelicitationof PR-strategyin English-language business textsofinterviewsinmass-mediadiscourse. Classification of PR-tactics according to the semantic component is offered. Special attention is paid to the analysis of structural, semantic and pragmatic peculiarities of communicative strategies and tactics in English texts of interviews with businessmen.

Keywords: *PR-strategy, PR-tactics, interview text, businessman.*

УДК 811.111'253:659.1

Дейкун О. П., студ.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ПЕРЕКЛАД ГІПЕРБОЛИ ЯК КЛЮЧОВОГО СТИЛІСТИЧНОГО ПРИЙОМУ ОРИГІНАЛУ (на матеріалі науково-фантастичного роману Е. Берджеса "Механічний апельсин")

Присвячено вивченню способів перекладу українською мовою гіпербол, які спільно з порівнянням, синекдохою, прозопопеєю, епітетом і метафорою абсурду утворюють образний рівень індивідуально-авторської картини світу Ентоні Берджеса у філософському романі "Механічний апельсин". Запропоновано три способи перекладу гіперболи в художньому творі: зокрема послуговуючись кореляцією, трансформацією й інтенсифікацією.

Ключові слова: *художній твір, концептуальна картина світу, індивідуально-авторська картина світу, образний рівень, гіпербола, кореляція, трансформація, інтенсифікація.*

Теперішнє перекладознавство характеризується посиленою увагою дослідників до проблем художнього перекладу. Однією з найактуальніших тенденцій у перекладознавстві є розвідки, що безпосередньо стосуються індивідуально-авторської картини світу, а також її відтворення у перекладі.

Сьогочасна лінгвістика ознаменувалася введенням поняття **"картина світу"**, яке входить у концептуальний і метамовний апарат цієї царини та стає об'єктом перекладознавчих та мовознавчих розвідок [6, с. 5]. Цей термін уперше запропонував учений Г. Герц, а відтак визначенням почали послуговуватися також у гуманітарних науках. Поняття "картина світу" стало ключовим передусім у етнографії, культурології, лінгвістиці та філософії [6, с. 5].

У новочасному мовознавстві й досі немає чіткого визначення терміна картини світу. Загалом її розуміємо як сукупність знань і думок суб'єкта щодо відносно об'єктивної реальної чи уявної дійсности [6, с. 6]. Концептуальна картина світу тлумачиться як глобальний образ світу, що є основою світогляду людини, тобто те, що відбиває значущі властивості світу в розумінні людини внаслідок її духовної та пізнавальної діяльності [5, с. 43], а також як сукупність знань та уявлень людини про дійсність [Жукова 2011, с. 6]. Концептуальна картина світу – сукупність ціннісних уявлень людини про світ, які розкривають особливості її світобачення, вона включає ціннісно-орієнтоване знання про світ, що виникає у людини як підсумок усієї її духовної діяльности [4, с. 128].

Картина світу – це складно структурована цілісність, що включає три головні компоненти – світогляд, світосприйняття та світовідчуття. Ці компоненти об'єднані в картині світу специфічним для певної епохи, етносу чи субкультури чином [3, с. 5]. Картина світу – сукупність уявлень про світ, зафіксованих у значенні різноманітних слів і висловів, формується в певну систему поглядів, які потребують свого подальшого осмислення [9, с. 5].

Беручи до уваги деякі спільні риси у вищевказаних визначеннях (глобальний образ світу та світогляд людини), можна стверджувати, що **концептуальна картина світу** – це ключові образи та поняття, які утворюють глобальну модель світу, яка дозволяє кожному з нас знайти власне місце.

Серед різноманітних картин світу – мовної, міфологічної, наївної, релігійної, фольклорної, філософської [6, с. 5] – особливе місце посідає **індивідуально-авторська**, яка відображає, як носій мови – будь-хто з нас – розуміє світ і використовує арсенал мовних засобів, аби змалювати його [6, с. 91]. Індивідуальні картини світу значно відрізняються у носіїв навіть однієї мови: надзвичайно великою та значущою кількістю індивідуальних рис, відмінних від інших представни-

ків окремої лінгвокультури, володіють саме індивідуальні картини письменників, або ж авторські картини світу [6, с. 91]. Авторську картину світу поділяємо на номінативний, образний та номінативно-образний рівні, які утворено певними мовними засобами.

Образний рівень як один із основних складників формування авторської картини світу охоплює основні стилістичні засоби, що їх запропоновано тлумачити двома або трьома способами. До образних засобів, переданих двома способами – кореляцією і трансформацією – зараховуємо порівняння, синекдоху та прозопопею. Трьома способами – корелятивно, інтенсифікаційно та трансформаційно – перекладено епітет, метафору абсурду та гіперболу.

Гіпербола – стилістична фігура явного і навмисного перебільшення, яку вживають, аби посилити виразність і підкреслити висловлену думку [7, с. 5].

Гіперболи, виокремлені внаслідок аналізу перекладу художнього твору, поділяємо на корелятивні, які відтворюються дослівно, трансформовані, за яких зазвичай замінюються всі складники оригіналу, аби краще відтворити картину світу автора та зробити сенс якомога доступнішим для читача, а також інтенсифікаційні, коли в перекладі гіперболи посилюють образи, які задіяно в оригіналі.

Корелятивна гіпербола полягає в точному перекладі одиниць оригіналу. Вона загалом вживається на позначення часу, наприклад, час у лікарні (довга чорна прірва), що його провів головний герой, перебільшено обчислюється мільйоном років, пор.: *Where I was when I came back to jeezny after a* ***long black black gap*** *of it* ***might have been a million years****was a hospital* [8, с. 260]. – *Коли* ***після довгої чорної прірви, завдовжки, мабуть, з мільйон років****, я повернувся до жізні, то побачив, що лежу в лікарні…* [1, с. 141]. Основні вислови *long black black gap* та *might have been a million years* передаються дослівно *після довгої чорної прірви* і *завдовжки, мабуть, з мільйон років* відповідно.

Трансформована гіпербола полягає у заміні всіх одиниць на найбільш відповідні у перекладі, аби читачеві було зрозуміліше, про що йдеться у творі. Здебільшого вона вживається, щоб позначити красу тіла та членів королівської родини. Суть цього засобу розкривається під час гіперболізованого порівняння краси ніг із Богом, де оригінальний вислів *like Bog in His Heaven* (немов Бог на своєму небі) замінено гіперболізованим вигуком *о сили небесні!*, пор.: *And her* ***nogas*** *were* ***like Bog in His Heaven*** [8, с. 12]. – *А що за* ***ножкі*** *–* ***о сили небесні!*** [1, с. 8].

За етнічної трансформованої гіперболи перекладач перетлумачує вислів *living on like royal queens and princes* (харчуватися немов королеви та принци) на *годуючись, як члени королівської родини*, тобто влу-

чно використовує прийом генералізації, до того ж не втрачаючи сенсу та роблячи читачеві ситуацію зрозумілішою, пор.: *All this waste, brothers, meaning all these rooms and but one starry sharp and her pussies, but perhaps the kots and koshkas had like separate bedrooms,* ***living on cream and fish-heads like royal queens and princes*** [8, с. 82]. – *А втім, можливо, всі ті котікі та кошєчкі мали окремі спальні,* ***годуючись, як члени королівської родини, вершками й риб'ячими головами*** [1, с. 59].

Інтенсифікаційна гіпербола виявляється, коли перебільшення на позначення музики та об'єктів в оригіналі посилено передано в перекладі, наприклад, при порівнянні мелодії про радість із небесним полум'ям, пор.: *[…] and then the lovely blissful* ***tune*** *all about Joy* ***being a glorious spark like of heaven****, and then I felt the old tigers leap in me* [8, с. 48]. – *[…] і полилася блаженно-обалдєнная* ***мелодія****, оспівуючи Радість,* ***це небесне полум'я****.* [1, с. 58]. За інтенсифікаційної гіперболи в оригінальному вислові *being a glorious spark like of heaven* перекладач замінив англійське слово*spark* (іскра, спалах, вогник) на *полум'я.*

Інтенсифікаційне перебільшення вживається, коли гіперболізується опис певного об'єкта, приміром, англійське слово *flatblocks* (багатоквартирні будинки) інтенсифікується прикметником *височенний* у перекладі, пор.: *It was like resting between the feet of two terrific and very enormous mountains, these being* ***the flatblocks*** [8, с. 23]. – *Ми опинилися наче між двома величезними страшними горами – обабіч здіймалися* ***<u>височенні</u> багатоквартирні будинки*** [1, с. 16].

Отже, перекладознавчі й мовознавчі студії початку XX ст.. ознаменувалися введенням у концептуальний і метамовний апарат терміна"картина світу", що, відтак, став ключовим поняттям у філософії, культурології, етнографії, лінгвістиці. Її визначаємо як сукупність уявлень про світ, зафіксованих у значенні різноманітних слів і висловів.

Картина світу може бути різноманітною: наївною, мовною, міфологічною, фольклорною, релігійною, філософською, концептуальною й індивідуально-авторською, утім у художньому перекладі особливо важливою є концептуальна та художня картини світу.

Одним із різновидів художньої картини світу є індивідуально-авторська картина світу – те, як автор твору сприймає світ і якими мовними засобами його змальовує. З огляду на те, що авторська картина світу створюється мовними засобами, їх поділяємо на номінативний, образний і номінативно-образний рівні. Образний рівень містить ключові стилістичні засоби: порівняння, синекдоху, прозопопею, епітет, метафору абсурду й гіперболу.

Здійснений аналіз засвідчив, що гіперболу як ключовий компонент образного рівня індивідуально-авторської картини світу можна перекласти трьома способами, послуговуючись кореляцією, інтенсифікаці-

єю та трансформацією. Корелятивна гіпербола вживається на позначення часу, її трансформований варіант залучено, аби позначити красу тіла та членів королівської родини, а інтенсифікаційний різновид перебільшує враження від музики й житлових будинків. Подальше вивчення образного рівня індивідуально-авторської картини світу полягає у детальнішому аналізі вищевказаних способів перекладу гіперболи, а також у відшукуванні й обґрунтуванні нових.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Берджес Е.* Механічний апельсин ; пер. з англ. О. А. Буценко / Е. Берджес. – Л. : Кальварія, 2004.

2. *Железовська І. Е.* Метафори абсурду у романі Е. Бьоржеса "Механічний апельсин" / І. Е. Железовська // Наукові записки Харків. нац. пед. ун-ту ім. Г. С. Сковороди. Сер. : Літературознавство. – 2011. – Вип. 2(1). – С. 93–101.

3. *Жидков В. С.* Искусство и картина мира / В. С. Жидков, К. Б. Соколов. – СПб. : Алетейя, 2003.

4. *Карасик В. И.* Лингвокультурная концептология : учеб. пособие / В. И. Карасик, Н. А. Красавский, Г. Г. Слышкин; ВГПУ, Калмыцкий гос. ун-т, Науч.-исслед. лаборатория "Аксиологическая лингвистика". – Волгоград : Парадигма, 2009.

5. *Манакин В. Н.* Сопоставительная лексикология / В. Н. Манакин. – К. : Знання, 2004.

6. *Пименова М. В.* Языковая картина мира : учеб. пособие / М. В. Пименова. – 3-е изд., доп. – СПб. : СПбГУ, 2011.

7. *Тимченко В. Д.* Гіпербола / В. Д. Тимченко // Українська літературна енциклопедія. – К. Наук. думка, 1988. – Т. 1. – С. 424.

8. *Burgess A. A.* Clockworkorange / A. Burgess – СПб : КОРОНА принт, КАРО, 2007.

9. *Palmer G.* A Theory of Cultural Linguistics / Gary B. Palmer. – Texas : University of Texas Press, 1996.

Стаття надійшла до редколегії 14.10.2016 р.

Дейкун А. П., студ.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

ПЕРЕКЛАД ГИПЕРБОЛЫ КАК КЛЮЧЕВОГО СТИЛИСТИЧЕСКОГО ПРИЙОМА ОРИГИНАЛА (на материале научно-фантастического романа Э. Берджесса "Заводной апельсин")

Посвящена изучению способов перевода гипербол на украинский язык, которые совместно со сравнением, синекдохой, прозопопеей, эпитетом и метафорой абсурда образуют образный уровень индивидуально-авторской картины мира Энтони Берджесса в философском романе "Заводной апельсин". Предложено три способа перевода гиперболы в художественном произведении, в частности используя корреляцию, трансформацию и интенсификацию.

Ключевые слова: *художественное произведение, концептуальная картина мира, индивидуально-авторская картина мира, образный уровень, гипербола, корреляция, трансформация, интенсификация.*

Deykun O. P., student
Taras Schevchenko National University of Kyiv

TRANSLATION OF HYPERBOLE AS A KEY STYLISTIC DEVICE OF THE ORIGINAL (BASED ON THE SCIENCE FICTION NOVEL "A CLOCKWORK ORANGE" BY A. BURGESS)

The article deals with the ways of rendering into the Ukrainan languagethe hyperboles, which form the figurative level of the author's worldview of Anthony Burgess in the philosophical novel "A Clockwork Orange", along with the stylistic devices of comparison, synecdoche, personalization, epithet and absurd metaphor. This article suggests three ways of translation of hyperbole in the science fiction novel by means of correlation, transformation and intensification.

Keywords: *science fiction novel, conceptual worldview, author's worldview, figurative level, hyperbole, correlation, transformation, intensification.*

УДК 811.162.1'373.613:159.923

Дем'яненко Н. Б., канд. філол. наук, доц.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ФРАЗЕОЛОГІЧНІ ОДИНИЦІ У ПОЛЬСЬКОМУ МЕДІАПРОСТОРІ

Розглянуто специфіку функціонування фразеологізмів у текстах періодичних видань, а також зміни, що відбуваються у фразеологічних одиницях при використанні їх у медіапросторі.

Ключові слова*: фразеологічна одиниця, медіапростір, фразеологічні трансформації.*

Медійний простір можна розуміти двояко: по-перше, – це сукупність джерел, із яких мовці можуть отримувати інформацію, а по-друге, – смислове поле, яке ці джерела формують. Ця сукупність у процесі розвитку людства постійно змінюється: наприклад, люди перестають довіряти одним джерелам інформації й починають довіряти іншим, або ж змінюють технологічні звички, переходячи на отримання інформації через мобільні комунікатори; або, змінюючи коло спілкування й інтересів, людство починає використовувати інші джерела інформації: перестає дивитися телевізор і отримує новини з джерел Інтернету. Таким чином, медіапростір можемо визначити як особливу реальність, що є частиною глобального простору людського буття, яка утворює та використовує інформацію в будь-яких формах соціальної комунікації. Поняття "медіапростір" було в колі зацікавлень у представників різних наук. До визначення

змісту цього поняття з позицій загальної теорії журналістики звертались у своїх дослідженнях М. І. Бурич [3] та І. А. Смушкова [8], які визначали медіапростір як відкриту інформаційну систему, що передається через засоби масової комунікації і яка є продуктом взаємозумовленої цілісності відносин виробників масової інформації та її споживачів. На думку ряду дослідників, перехідний період умові, викликаний соціальними потрясіннями, завершено, "настав період відносної стабілізації", і вже сьогодні можна робити деякі висновки про стан медійної мови [6, с. 67]. Мовна практика сьогодення демонструє найширшу варіативність у вживанні мови. Істотні зміни медійної мови пов'язують із кількома особливостями:

– вживанням різностильових мовних засобів. Марковані мовні одиниці вільно використовуються в текстах різного призначення, обмежувальні позначки "розм.", "просторіч.", "книжн." означають не заборону на застосування слів у тій чи іншій сфері, але лише вказівку на особливість їхнього забарвлення [5, с. 32];

– використанням просторічних виразів і жаргонізмів. Ще в 1939 р. Г. О. Винокур писав про те, що літературна мова почала розшаровуватися в соціальному просторі, стихія діалектної мови заполонила літературу. Зараз, на думку багатьох, ситуація повторюється, проте місце діалектів зайняли жаргони;

– інтертекстуальністю – відкритістю тексту, включенням тексту до продуктів соціально-культурного досвіду людства. Масові видання зазвичай користуються доступними відомостями, відсилаючи читача до загальновідомих образів, "до кліше масової культури" [6, с. 77];

– грою слів, каламбурами – мовними прийомами, спрямованими на пародіювання, висміювання;

– і, нарешті, з використанням фразеологічних одиниць.

Засоби масової інформації є важливою та впливовою ланкою суспільного життя. Саме вони значною мірою зумовили третю технічну революцію – інформаційну. Нині відбувається бурхливий розвиток інформаційних технологій. Прагнення до новизни та свіжості, емоційності й експресивності на тлі стандарту – визначальна риса медійної мови. Тому сучасні мас-медіа неможливо уявити без використання фразеологічних одиниць.

Метою нашої статті було визначити специфіку функціонування фразеологізмів у медійних текстах, а також прослідкувати, які зміни відбуваються у фразеологічних одиницях при використанні їх у мас-медіа.

У нашому дослідженні ми користуємося таким визначенням фразеологічної одиниці (фраземи) – це "стале сполучення слів із повним або частково переосмисленим значенням" [7, с. 21]. Матеріалом дослідження слугували медійні тексти із друкованих польськомовних видань, а також рекламні тексти, узяті з мережі Інтернет і з польських періодичних видань.

Розглянемо насамперед газетні й журнальні публікації на предмет виявлення в них фразеологічних одиниць. Як уже було зазначено, фразеологічні одиниці можуть використовуватися з метою посилення виразності й емоційного впливу. Специфіка газетної й журнальної мови виявляється в тому, що в газеті є особливі мовні універсалії – заголовки, підзаголовки, рубрики, у яких досить часто використовуються фразеологізми. Заголовки в газетних текстах, як вважають багато дослідників, – це сильна акцентована позиція, тому що саме на заголовок насамперед звертає увагу читач. При цьому не лише традиційні фразеологізми здатні виконувати роль посилювачів виразності й емоційного впливу, а й дотепні вислови, що народилися "на ходу", і які згодом можуть перетворитися в стійкі мовні одиниці. Ефект новизни, переосмислення дуже важливий. Усе повинно бути прив'язане до теперішнього моменту, до дійсності, до реальних проблем.

У заголовках польськомовних періодичних видань можемо зустріти велику кількість традиційних фразеологічних одиниць ("*Mądrejgłowiedość dwiesłowie*", "*Niemadymubezognia*"), інноваційні фраземи: ("*Imdalejwlas*" – скорочення традиційного фразеологізму "*Imdalejwlasimdalejwlastymwięcejdrzew"*), новостворені фразеологічні одиниці ("*Korytarze władzy", "Wązkiegardło*", "*Fotelprezydenta"*) тощо. Вживання фразеологізмів у заголовках сучасних друкованих та електронних засобів масової інформації є безпрограшним засобом залучення уваги читача до публікації, допомагає заголовку реалізувати його впливову функцію. Заголовок є також місцем, де генеруються конкретні ситуації та відбувається смислова реалізація фразеологічного значення. Тому ми можемо говорити про те, що заголовки, що мають у своєму складі фразему, а особливо ті, які представляють її "в чистому вигляді", утворюють свій асоціативно-смисловий простір. Здатність фразеологізмів представляти в межах заголовка типові денотативні ситуації й події, елементи яких знаходяться в активі мовної свідомості, зумовлена когнітивною передумовою цілісності семантики фразем, когнітивно-семантична

структура якої кодує все те, що ми здатні переживати і відчувати, включаючи всі наші знання про об'єктивну реальність поза й навколо нас, а також наші думки і бажання, і базується на життєвому досвіді носія мови [1, с. 25]. Таким чином, вживання фразеологічних одиниць у заголовках періодичних видань дуже важливе, і саме тут відбувається смислова реалізація фразеологічного значення.

Що ж стосується фрагментів тексту, то найчастіше польські фразеологічні звороти підлягають перетворенням. Так, можемо спостерігати:

1) скорочення традиційного фразеологізму: *Po nitce do kłębka* (від фразеологізму *dojść po nitce do kłębka*) ("GazetaPoznańska" № 69, 1987 р.); *Dlanichwodajestzamokra* (від фразеологізму *wodajestzamokra, acukierzasłodki*)("Dobre rady" № 7, 2007 р.); *Udają, żemają takiesamepoglądyichcą przyokazjiupiecpieczeń* (від фразеологізму *upiecpieczeń przyjednymogniu*) ("Rzeczpospolita" від 18.02.2013 р.);

2) поєднання двох або кількох фразеологізмів: *Mądryjaksowa, upartyjakosioł* (від фразеологізмів *mądryjaksowa*і *upartyjakosioł)* ("Polityka.pl");

3) зміна граматичної форми одного з компонентів: *Jego opór to walka z wiatrakiem* (замість *walka z wiatrakami*) ("Gazeta wyborcza" від 08.02.09 р.); *Bez zmrużenia powieka* (замість *bez zmrużenia powiek*) ("Gazeta wyborcza" від 04.11.2011 р.); *Mieć większy problem na głowie* (замість *mieć większe problemy na głowie*) ("Gazeta Poznańska" № 43, 1989 р.).

Можемо відзначити, що нині в мові медіа з'являються нові сталі вирази, які, піддаючись процесу фразеологізації, перетворюються у фразеологічні одиниці (*walka ofotel prezydenta, korytarze władzy, epoka zmian, gwarant konstytucji*) тощо. Як відомо, фразеологізація – це процес переосмислення вільного словосполучення (або речення), унаслідок якого словосполучення та його складові частини (слова) втрачають свою первісну семантику. Одночасно з цим відбувається процес смислової єдності, який забезпечує внутрішню семантичну цілісність фразеологізму [4, с. 28].

Отже, унаслідок вказаних процесів сполучення слів набуває семантичної цілісності та перетворюється в зовсім іншу одиницю мови, яка відтворюється учасниками мовленнєвого акту як стійкий готовий вираз. При цьому ті чи інші лексеми, що входять до структури фразеологічної одиниці в певних граматичних формах, наповнюються новими значеннями, близькими до тієї чи іншої фраземи загалом. Значення фразеологізмів створюється семантичною взає-

модією всіх компонентів і формується на основі уявлення про певну ситуацію. Якщо мовна одиниця складається з компонентів, якими є слова, що мають у мові певну предметну чи понятійну співвіднесеність за межами даного словосполучення чи речення, то навіть за втрати цими словами зв'язку із предметами чи явищами, що вони позначають, образ, покладений в основу цієї одиниці, є мотивованим. Мотивований тим, що кожне зі слів, що входить до складу такого словосполучення чи речення, є мотивованим щодо поняття чи явища, яке воно позначає. Саме тому мовні одиниці такого плану є образно мотивованими.

У мові засобів масової інформації відбувається активний процес фразеологізації вільних словосполучень, які раніше не були сталими виразами. Так, у періодичному виданні "Dziennik kijowski" № 23 (486) від грудня 2014 р. можемо зустріти такі сталі вирази, які не зафіксовані у фразеологічних словниках, проте які під дією процесу фразеологізації, тобто переосмислення вільного словосполучення, стали фраземами: *znający realia od podszewki – той, що знає все до дрібниць* (стор. 2)*, żegnać się z cywilizacją* (стор. 2) – прощатися з цивілізацією; у періодичному виданні "Dobre rady" від липня 2007 р.: *jak modelka na wybiegu* – як модель на подіумі, вишукано, елегантно (стор. 6), *nie zawsze pozwalają swym skszydłom, by je niosły wysoko* – не завжди дозволяють своїм крилам, щоб несли високо, вміти вчасно зупинитись, знати міру (стор. 37), *świeżo upieczona mama* – свіжоспечена мама, жінка, що нещодавно народила дитину (стор. 38); *wodajestzamokra, acukierzasłodki* – вода занадто мокра, а цукор занадто солодкий, стосується дуже вибагливої людини (стор. 60) тощо.

Досліджуючи питання використання фразеологізмів у текстах реклами, зазначимо насамперед, що реклама виконує такі функції: *інформативну* – інформує нас про щось, *естетичну* – може подобатися нам чи ні, *контактну* – її завданням є звернути увагу на той чи інший продукт та *експресивну* – реклама виражає емоції і внутрішні стани особи, що її представляє. У текстах реклами фразеологічні одиниці дуже часто можуть зустрічатися у своєму первісному вигляді: *biały kruk; odnieść sukces, zwycięstwo, tryumf; cieszyć się zaufaniem, popularnością, sławą* тощо. У рекламі часті випадки делексикалізації, тобто оновлення колишніх значень, наприклад *Bólgardłaodbieracigłos? Weź "Strepsil"*. Переносне значення фразеологізму: *zabrać komuś głos* (тобто не дозволити продовження виступу) залишається у тексті співвідносним із буквальним і актуальним завдяки контексту (рекламованим продуктом, тому що таблетки від болю у горлі).

У рекламі фразеологізми найчастіше використовуються як маніпуляція, метою якої є придбання тих чи інших товарів шляхом появи у адресата позитивних асоціацій. Автори реклами дуже часто використовують фразеологічні одиниці з розмовної мови. Це пов'язано з тим, що розмовна мова є найзрозумілішою та придатною для пересічного споживача. Усе це призводить до того, що текст реклами врізується в пам'ять і ті чи інші товари стають популярними і частіше купуються [10]. Так, наприклад, можемо зустріти такі розмовні фразеологічні одиниці: *lecieć wkulki* – дражнитися з кимось, не сприймати когось серйозно, не вдаватися до однозначної відповіді; *niemieć szans* – по моєму, так, як я хочу, не бути в стані зробити щось, дуже малий шанс зробити щось; *mózgciwyprało* – ти дурний, нерозсудливий; *praniepieniędzy* – нелегальна комерційна діяльність, нелегальне фінансування; *być wypompowanym* – бути втомленим, знесиленим; *siedzieć zacoś* – відбувати покарання в ув'язненні, *tanijakbarszcz* – дуже дешевий тощо.

Розглянемо приклад реклами з мережі продуктових магазинів "Biedronka". Розмовляють желе і ківі:

– Dzień dobry! A co się pani tak *trzęsie*?

– To pani nic nie wie? Ananas *wyszedł z puszki…*

– Tak? Za co *siedział*?

– Podobno *śmietanę ubił.*

У цьому прикладі використані такі розмовні фразеологізми: *trząść się jak galareta,wyjść z puszki, bita śmietana*.

Спробуємо пояснити цей рекламний текст. Ківі, ставлячи питання своїй сусідці желе, використовує фразеологічний зворот *trząść się jak galareta* – дуже боятись чогось, трястись усім тілом. Желе, виходячи зі своїх фізичних властивостей, трясеться у прямому значенні. Її відповідь виражає тривогу перед наслідками виходу ананаса на свободу, тобто тут вживається фразеологізм*wyjść z puszki* – вийти з ув'язнення. Така ж ситуація і у випадку з ананасом. Розмовний фразеологізм *siedzieć wpuszce* – перебувати під арештом представляє нам нібито рецидивіста – ананаса, який перебуває в ув'язненні. Водночас тут ідеться про продукт – ананас консервований, який продається у бляшаній банці. І, нарешті, "провина" героя рекламного тексту полягає в тому, що він "вбив сметану", проте ми знаємо про те, що *bita śmietana* – це збиті вершки, додаток до десертів.

Використані у рекламних текстах фразеологічні звороти – це "внутрішньо діалогічні фразеологізми" [2]. З одного боку, вони представляють свій створений культурно фразеологічний сенс, з іншого – ситуаційний контекст змушує трактувати їх буквально.

Таким чином, на підставі вищесказаного, можна зробити такі висновки: 1) в умовах інформаційного ринку медіа формі подачі інформації приділяється набагато більше значення, ніж змісту, і фразеологізми у медійних текстах відіграють важливу роль і викликають читацький інтерес; 2) з метою посилення образності у мові сучасних газетних текстів і текстів реклами широко використовуються фразеологічні одиниці; 3) у медійних текстах фразеологізми можуть вживатися в заголовках й у текстах, як у їхній традиційній формі, так і у вигляді трансформацій; 4) у текстах мас-медіа відбувається активний процес фразеологізації словосполучень, які раніше не були сталими виразами.

Фразеологія в медійних текстах служить "будівельним матеріалом" для створення нових, несподіваних, експресивних образів, мовної гри на сторінках друкованих видань, що привертає увагу читачів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Алефиренко Н. Ф.* Фразеология в свете современных лингвистических парадигм. – М. : ЭЛПИС, 2008.

2. *Бахтин М. М.* Слово в романе // М. М. Бахтин // Вопросы литературы и эстетики. – М. : Худ. лит., 1975. – С. 72–233.

3. *Бурич М. И.* Профессиональные аспекты журналистской деятельности в современном медиапространстве / М. И. Бурич // Вестн. Воронеж. гос. ун-та. Филология и искусствоведение. – 2007. – № 8 (86). – С. 110–114.

4. *Жуков В. П.* Семантика фразеологических оборотов / В. П. Жуков. – М. : Просвещение, 1978.

5. *Казак М. Ю.* Об основных тенденциях развития языка СМИ / М. Ю. Казак // А. П. Короченский. Журналистика и медиаобразование в XXI веке : сб. научных трудов Международ. науч.-практ. конф. – Белгород : Изд. БелГУ, 2006.

6. *Костомаров В. Г.* Наш язык в действии: Очерки современной русской стилистики / В. Г. Костомаров. – М. : Гардарики, 2005.

7. *Кунин А. В.* Английская фразеология. Теоретический курс / А. В. Кунин. – М. : Наука, 1970.

8. *Смушкова И. А.* К проблеме определения медиапространства журналистской деятельности / И. А. Смушкова // III Лазаревские чтения: традиционная культура сегодня: теория и практика : материалы Всероссийской научной конференции с международным участием. – М., 2006. – Ч. 3. – С. 60–64.

9. Maćkiewicz J. Metafora w reklamie, w: Kreowanie świata w tekstach, red. A. M. Lewicki, R. Tokarski, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 1995.

10. W. Pisarek, SłowanausługachreklamywPolsce (1962–1993), "Zeszyty Prasoznawcze". – 1993. – № 3–4.

Стаття надійшла до редколегії 14.10.2016 р.

Демьяненко Н. Б., канд. филол. наук, доц.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИЕ ЕДИНИЦЫ В ПОЛЬСКОМ МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ

Рассматривается специфика функционирования фразеологизмов в текстах периодических изданий, а также изменения, происходящие в фразеологических единицах при использовании их в медиапространстве.

***Ключевые слова**: фразеологическая единица, медиапространство, фразеологические трансформации.*

Demyanenko N. B., PhD, Associate Professor
Taras Shevchenko University of Kyiv

PHRASEOLOGICAL UNITS IN THE POLISH MEDIA SPACE

The article deals with the specifics of the functioning of phraseology in the texts of periodicals, as well as changes in phraseology units when being used in the media.

***Keywords**: phraseological unit, media space, phraseological transformation.*

УДК81′42:316.77:32.019.51

Екшмідт В. Р., асп.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ПЕРСУАЗИВНІ ІНТЕНЦІЇ В ПОЛІТИЧНІЙ КОМУНІКАЦІЇ

Розглянуто поняття політичного дискурсу як політичної комунікації представників влади та суспільства, визначено поняття персуазивності і персуазивних інтенцій і їхній вплив на адресата мовлення.

***Ключові слова**: персуазивність, політична комунікація, політичний дискурс, персуазивні інтенції.*

Розвиток суспільства й засобів масової інформації, інтенсивний розвиток політичних технологій і театралізація політичної діяльності сприяють підвищенню зацікавленості до теорії та практики політичної комунікації. Поява нових досліджень у сфері політичної лінгвістики й дослідження нових аспектів політичної комунікації зумовлені постійною динамікою суспільних явищ.

В епоху постійних суспільно-політичних змін політичний дискурс є одним із видів комунікації представників влади та суспільства. Зважаючи на значну зацікавленість суспільства політичною ситуацією не лише у власній країні, а й у цілому світі, лінгвістичні дослідження політичного дискурсу не втрачають актуальності.

Аспект виникнення, історичного розвитку та сучасного стану політичної лінгвістики розглядався в працях А. Н. Баранова, І. В. Вольфсона, М. В. Гаврилової, Л. О. Кудрявцевої, І. Р. Корольова, В. І. Карасика, А. А. Романової, А. П. Чудинова, О. Й. Шейгал, П. Б. Паршина, В. Є. Чернявської, М. Гайса, Д. Ф. Хана, П. Чилтона й ін.

На противагу численним дослідженням дискурсу немає єдності тлумачення поняття й методів його дослідження. Як справедливо зауважив відомий дослідник дискурсу Т. ван Дейк, поняття дискурсу таке ж неоднозначне, як поняття мови, суспільства, ідеології, і, зазвичай, найбільш неоднозначні поняття, які мають безліч дефініцій, стають найпопулярнішими [4, с. 36].

Насамперед звернемося до визначення дискурсу. У широкому значенні Т. ван Дейк визначає дискурс як комунікативну подію, відтворену учасниками спілкування у процесі комунікативної діяльності в певному часовому, просторовому й інших контекстах, подію, у якій задіяна не лише мова у її фактичному використанні, але й ті ментальні процеси, які неминуче супроводжують процес комунікації [9, с. 121]. Ця комунікативна діяльність може бути усною або письмовою, містити вербальні й невербальні складові. Типовими прикладами можуть бути звичайна розмова з другом, діалог між лікарем і пацієнтом, читання газети. Дискурс у вузькому значенні ван Дейк пояснює як письмовий або усний вербальний продукт комунікативної діяльності [4, с. 38].

У лінгвістичному енциклопедичному словнику Н. Д. Арутюнова тлумачить дискурс так: "Дискурс (від. фр. *discours* – мовлення) – зв'язний текст у його сукупності з екстралінгвістичними – прагматичними, соціокультурними, психолінгвістичними й іншими факторами; мовлення, що розглядається як цілеспрямована соціальна дія, як компонент, який бере участь у взаємовідносинах людей і в механізмах їхньої свідомості (когнітивних процесах). Дискурс – це мовлення, "занурене в життя" [12, с. 136–137].

В. І. Карасик пояснює дискурс як "занурений" у ситуацію спілкування текст. Із позицій прагмалінгвістики дискурс можна розглядати як інтерактивну діяльність учасників спілкування, встановлення й підтримку контакту, інформаційний та емоційний обмін, взаємовплив один на одного, переплетення комунікативних стратегій, які моментально змінюються, і їхніх вербальних і невербальних проявів в практиці спілкування [7, с. 5–10].

Чернявська В. Є. пояснює поняття дискурсу, з одного боку, як конкретну комунікативну подію, яка фіксується в письмових текстах та усному мовленні й здійснюється в певному когнітивно та типологічно зумовленому комунікативному просторі [16, с. 75]. З іншого – дискурс – сукупність тематично співвіднесених текстів: тексти, об'єднані так чи інакше спільною темою. Зміст дискурсу розкривається не окремим текстом, а інтертекстуально, у комплексній взаємодії багатьох окремих текстів [16,с. 76].

Корольов І. Р. розуміє поняття дискурсу як складне комунікативне явище, як усну мовленнєву дію, ураховуючи соціальний контекст, що дає відомості про учасників комунікації та їхні характеристики, а також процеси виробництва та сприйняття повідомлення [9, с. 291].

Отже, виходячи з розглянутих визначень, можна зробити висновок, що під поняттям "дискурс" слід розуміти комунікативну діяльність в усній чи письмовій формі, тісно пов'язану із ситуативним контекстом, у якій синтезуються екстралінгвістичні фактори (соціальні, культурно-історичні, ідеологічні, психологічні) і система комунікативно-прагматичних ікогнітивних намірів автора.

У сучасній лінгвістиці існує численна кількість класифікацій типології дискурсу за критеріями ситуації, формальності спілкування, каналу інформації, типу носія інформації, протиставлення усного та письмового. Російський мовознавець Карасик В. І. виділяє за соціолінгвістичним критерієм два особливітипи дискурсу – персональний та інституційний. У першому випадку дискурс індивідуально-орієнтований, і мовець розглядається як особистість із багатим внутрішнім світом, а в другому випаду дискурс статусно-орієнтований, і мовець виступає як представник тієї або іншої соціальної групи [9, с. 6]. Учений виділяє в персональному дискурсі два різновиди: побутовийта буттєвий. Побутове спілкування відображається в розмовному мовленні. Буттєве спілкування характеризується переважно в монологічному мовленні та творах художньої літератури. Інституційний дискурс обмежений певними рамками ситуативно-рольових відносин і виділяється на основі двох ознак: мета та учасники спілкування [9, с. 14, с. 294].

Мовознавець виділяє такі типи інституційного дискурсу: політичний, юридичний, адміністративний, педагогічний, дипломатичний, військовий, релігійний, містичний, медичний, науковий, рекламний, діловий, сценічний і масово-інформаційний. Сам учений вказує на те, що цей список може бути змінений і розширений.

Розглянемо детальніше політичний дискурс. Політичний дискурс, на відміну від інших дискурсивних форм, стосується всіх громадян. Основна тематика політичного дискурсу – політика, політична боротьба, що передбачає використання політичної лексики (*парламент, депутат, президент, голосування, мер, опозиція й ін.*). Слід розрізняти політичну лексику (тематичне об'єднання загальновживаних слів), яка зрозуміла всім громадянам, і політичну термінологію, яка в повній мірі зрозуміла лише вузькому колу спеціалістів.

У лінгвістичних роботах політичний дискурс розглядається в двох поняттях – у широкому і вузькому. У широкому сенсі це поняття включає в себе такі форми комунікацій, у яких хоча б одна складова (адресант, адресат або зміст повідомлення) стосується політичної сфери.

А. Н. Баранов визначає політичний дискурс як сукупність дискурсивних практик, які ідентифікують учасників політичного дискурсу та формують конкретну тематику політичної комунікації [1, с. 245–246].

О. Й. Шейгал вважає, що терміни "політичний дискурс" і "політична комунікація" є синонімічними. Політичний дискурс, на думку вченої, трактується як інституційне спілкування, яке, на відміну від особистісно-орієнтованого, використовує визначену систему професійно-орієнтованих знаків (спеціалізовані вербальні (політичні терміни, антропоніми та інші), спеціалізовані невербальні (політичні символи) і неспеціалізовані знаки, які раніше не були орієнтовані на цю сферу спілкування, але з часом набули змістової специфіки (особові займенники) [17, с. 32–35].

Багато вчених, а серед них і відомий дослідник Т. ван Дейк, розглядають політичний дискурс як явище виключно публічної сфери. Погоджуємось із думкою вченого, який розглядає політичний дискурс як актуальне використання мови в соціально-політичній сфері спілкування. Деякі контексти жанрів політичного дискурсу (парламентських дебатів, законів, пропаганди, міжнародних договорів, мирних переговорів та інше) можуть мати набагато важливіше значення, ніж їхні тексти. Політичний дискурс залежить, насамперед, не від теми і стилю, а від того, хто говорить, кому, що, у якій ситуації та з якою метою. Отже, політичний дискурс євласне політичним, оскільки його функція реалізується безпосередньо в ході політичного процесу [4, с. 77].

Думки вчених щодо трактування поняття "політичний дискурс" дещо розходяться, проте всі вони погоджуються, що основною метою політичного дискурсу, який використовується як інструмент політичної влади, є боротьба за владу: агітація за владу, заволодіння нею та її утримання. Як зазначає В. З. Демьянков, суспільна значимість політичного дискурсу полягає в тому, щоб спрямувати громадян до "політично правильних" учинків чи оцінок, оскільки це вигідно тим, хто прагне до влади. Отже, основна мета політичного дискурсу не описати (тобто не референція), а переконати, спонукати адресата до певних намірів, переконати та спонукати до дії [6, с. 38].

Промова політиків оперує символами, а успіх промови визначатиметься тим, наскільки ці символи відповідають масовій свідомості громадян, численним думкам та оцінкам адресатів. Як правдиво зазначає дослідник, процес переконування не завжди супроводжується аргументацією: при спробі переконати слухачів не завжди використовуються логічно зв'язані аргументи. Інколи достатньо дати зрозуміти, що позиція, яку представляє політичний діяч, збігається з інтересами слухачів. Також часто використовується свідомий вплив на емоції слухача: завдяки апеляції допочуття обов'язку, патріотизму й іншихморальних принципів [6, с. 38–39].

Отже, виходячи із вищесказаного, вважаємо, що особливо важливу роль у політичному дискурсі відіграє *персуазивність*. Сучасні політичні діячі мають вміло використовувати арсенал мовних засобів переконання потенційних виборців, від чого може залежати прихильність суспільства до тієї чи іншої політичної партії, а також перемога на наступних виборах.

Персуазивність розглядаємо як вплив автора усного чи письмового повідомлення на адресата з метою його переконання, спонукання до здійснення чи нездійснення певних дій. Під *персуазивними інтенціями* ми розуміємо спрямованість свідомості мовця на повідомлення, його комунікативні наміри, прагнення переконати аудиторію та спонукати до певної діяльності.

Використання типових для політичної сфери займенників "ми", "наш" вказує на групову самоідентифікацію мовця. Створення *семантичного поля "свої"* досягається за допомогою займенника 1 особи однини – ми. Мовець цим об'єднує себе в одну групу зі слухачем, переконує у єдності мети й інтересів, створює враження, що мислить так само, як слухач.

Наведемо декілька прикладів. "*Звісно,* ми *все будемо робити для того, щоби побудувати якісну роботу всередині парламенту*". Тут спікер Верховної Ради України В. Б. Гройсман об'єднує займенником "ми" всіх представників парламенту й закликає до налагодженої співпраці.

У промові Ерла Блуменауера, члена демократичної партії та представника третього виборчого округу Орегону, прослідковується часте використання займенника 1 особи множини "we": "We *must be prepared to make the diplomatic efforts and demonstrate commitment and resolve wherever it is necessary*". Політик спонукає всіх присутніх до здійснення дипломатичних зусиль і виявлення прихильності, щоб вирішити необхідні питання.

Папа римський Франциск у своїй парламентській промові в Конгресі США закликає слухачів об'єднатися та діяти як одне ціле – "*We must move forward together, as one, in a renewed spirit of fraternity and solidarity, cooperating generously for the common good*". Цю думку об'єднаності підсилюють лексичні одиниці: такі як cooperate, as one, common. Використання *ключових слів*, таких як братерство (fraternity), солідарність (solidarity), взаємодіяти (cooperate), спільне благо (common good), несенеабиякий персуазивний потенціал, зокрема викликає асоціацію взаємодопомоги, небайдужості один до одного, переконує в потребі об'єднатись і спільними зусиллями подолати перешкоди.

Для того, щоб встановити контакт із групою "своїх", нерідко *вказується коло адресатів*. Зазвичай таке звернення містить позитивну складову. Наведемо приклад із промови голови Державної Думи, представника фракції "Единая Россия" Наришкіна С. Є.: "*И просил бы вас, дорогие мои коллеги, до конца созыва следовать этой линии, сотрудничать на благо наших граждан и вести последовательную и профессиональную работу…*". Звернення "дорогі мої колеги" конкретно вказує на групу людей, на кого спрямована ця промова. Принцип об'єднання мовця та слухачів проявляється у використанні лексичних одиниць *колеги* (об'єднані спільною професійною діяльність), *співпрацювати* (об'єднані спільним завданням) і *наших громадян* (об'єднаних громадянами тієї ж країни).

Отже, політичний дискурс єспособом спілкування влади та громадян. Підводячи підсумки, можемо сказати, що політичний дискурс здійснюється не лише з інформативною метою, а й з метою переконання слухачів у намірах мовця, для чого політичні діячі використовують мовленнєвий вплив, а саме персуазивність. Створення семантичного поля "свої" діє як об'єднуючий фактор, переконує у правильності намірів мовця, спонукає до дії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Баранов А. Н.* Введение в прикладную лингвистику : учеб. пособие / А. Н. Баранов. – М. : Едиториал УРСС, 2003.

2. *Будаев А. В.* Зарубежная политическая лингвистика : учеб. пособие / *А. В. Будаев, А. П. Чудинов*. – Екатеринбург : УрГПУ, 2006.

3. *Вольфсон И. В*. Язык политики. Политика языка: (формы манипуляции общественным мнением через СМИ и СМК) / И. В. Вольфсон ; под ред. С. И. Барзилова. – Саратов : Изд-во Сарат. ун-та, 2003.

4. *Дейк ван Т. А*. Дискурс и власть: Репрезентация доминирования в языке и коммуникации / Т. А. ван Дейк. – М. : Книжный дом "Либроком", 2013.

5. *Дейк ван Т. А*. Макростратегии / Т. А. ван Дейк, В. Кинч // Язык. Познание. Коммуникация. – М. : Прогресс, 1989.

6. *Демьянков В. З.* Политический дискурс как предмет политологической филологии / В. З. Демьянков // Политическая наука. Политический дискурс: История и современные исследования. – М. : ИНИОН РАН, 2002. – № 3. – С. 32–43. – Режим доступу: http://www.infolex.ru/PolDis.html.

7. *Карасик В. И*. О типах дискурса / В. И. Карасик // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс: сб. науч. тр. – Волгоград : Перемена, 2000. – С. 5–20.

8. *Карасик В. И*. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. – Волгоград : Перемена, 2002.

9. *Корольов І. Р*. Поняття дискурсу в сучасному мовознавстві: визначення, структура, типологія / І. Р. Корольов // Studia Linguistica. – К. : ВПЦ "Київський університет", 2012. – Вип. 6. – С. 285–305.

10. *Кудрявцева Л. А*. Массмедийный политический дискурс Украины: особенности "послемайданного" периода // Язык и дискурс средств массовой информации в XXI веке : монография ; под ред. М. Н. Володиной. – М. : Академический проект, 2011. – С. 30–43.

11. *Левшенко Ю. И*. Политический дискурс: аналитический обзор теоретико-методологических подходов / Ю. И. Левшенко // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – Тамбов : Грамота, 2012. – № 7 (21), ч. II. – С. 100–108.

12. *Лингвистический* энциклопедический словарь. – М. : Сов. энциклопедия, 1990.

13. *Одинадцяте пленарне засідання* Верховної Ради України [Електронний ресурс]. Режим доступу від 23.02.2016: http://iportal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/5992.html.

14. *Сычева Е. В*. К проблемам понимания термина "дискурс" / Е. В. Сычева // Молодой ученый. – Чита : Формат, 2011. – № 3. Т. 2. – С. 42–46.

15. *Стенограмма заседаний* 15 сентября 2015 Государственной думы Российской Федерации [Електронний ресурс]. Режим доступу від 24.02.2016: http://transcript.duma.gov.ru/node/4321/.

16. *Чернявская В. Е*. Дискурс власти и власть дискурса: Проблемы речового воздействия / В. Е. Чернявская. – М. : Флинта-Наука, 2006.

17. *Шейгал Е. И.* Семиотика политического дискурса / Е. И. Шейгал. – Волгоград : Перемена, 2000.

18. *Dijk T. A. van*. Introduction: Discourse Analysis as a New Cross-Discipline // Handbook of Discourse Analysis. – L. : Academic Press, 1985. – Vol. 1. – P. 1–10.

19. *Proceedings and Debates* of the 114th Congress, First Session [Електронний ресурс]. Режим доступу від 24.02.2016: https://www.congress.gov/crec/2015/09/09/CREC-2015-09-09.pdf.

20. *Proceedings and Debates* of the 114th Congress, First Session https://www.congress.gov/crec/2015/09/24/CREC-2015-09-24.pdf.

Стаття надійшла до редколегії 15.10.2016 р.

Экшмидт В. Р., асп.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

ПЕРСУАЗИВНЫЕ ИНТЕНЦИИ В ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ

Рассмотрено понятие политического дискурса как политической коммуникации представителей властей и общества, определено понятие персуазивности и персуазивных интенций, их влияние на адресата речи.

***Ключевые слова**: персуазивность, политическая коммуникация, политический дискурс, персуазивные интенции*.

Ekshmidt V. R., postgraduate student
Taras Shevchenko National University of Kyiv

PERSUASIVE INTENTIONS IN THE POLITICAL COMMUNICATION

The article examines the notion of political discourseaspolitical communication between public authority and society.The terms persuasion an persuasive intention havebeen defined, as well as their influence on the recipient of the speech.

***Keywords**: persuasion, political communication, political discourse, persuasive intentions.*

УДК 811.111'27'42:801.6:659.145

Задоріжна Н. І., канд. філол. наук, асист.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

РОЛЬ ПРОСОДІЇ ТА ПАРАЛІНГВІСТИЧНИХ ЗАСОБІВ В АУДІОКАЗЦІ (на матеріалі англійської, російської й української мов)

Присвячено розгляду просодичних характеристик мовлення оповідачів англійських, російських та українських народних казок, а також паралінгвістичних засобів, що використовуються в них. Фокус уваги зосереджено на розповідних фразах, що описують позитивних і негативних персонажів і їхні вчинки. Проведено крос-культурний аналіз задля визначення інваріантних і варіативних рис просодії аудіоказок в аналізованих мовах.

***Ключові слова:** аудіоказка, мовлення оповідачів, просодичні та паралінгвістичні засоби, позитивна та негативна оцінка,крос-культурний аналіз.*

Сучасний розвиток фонетичної науки вимагає поглибленого розгляду звукового оформлення зв'язного мовлення різного формату. З огляду на стрімкий розвиток сучасних технологій, появу та поширення різноманітних аудіопристроїв, аудіоказка набуває все більшої популярності серед дитячої аудиторії. Дослідження казкового жанру, як одного з найпопулярніших серед дітей і юнацтва з позицій його просодичної специфіки, є актуальною проблемою сучасних лінгвістичних студій.

Казковий жанр своїм корінням сягає у глибину віків. Народні казки належать до найдавніших форм фольклору, які передавалися при безпосередній усній комунікації з покоління в покоління [9, с. 5]. Казка є своєрідним симбіозом народної поезії і художніх творів, розважального і повчального [3,с. 179]. Аудіоказка поєднує в собі комплекс лінгвістичних і паралінгвістичних засобів, експліцитну й імпліцитну інформацію, логічну й емоційну аргументацію. Найважливішим виразним засобом впливу на слухача та його уяву в аудіоказці є її просодичне оформлення. Своєрідність аудіоказок полягає в можливості передачі додаткової інформації щодо героїв за допомогою різної комбінаторики просодичних компонентів.

Просодія чарівної казки привертала увагу багатьох дослідників, зокрема [Наваренко 2009; Немченко 1985; Саєнко 1988; Тараненко 2003; Doukhan 2011; Ho-joonLee 2012]. Проте нашою **метою** є спроба здійснення крос-культурного дослідження на матеріалі англійської, російської й української мов. Проаналізовано просодичні параметри, які використовуються оповідачами англійських, російських та українських народних казок, і визначена роль цих параметрів у процесі сприйняття аудіоказок на слух. Матеріал дослідження складають англійські народні казки *RedRiding-Hood, theFishandtheRing;* російські народні казки *Маша и Медведь, Василиса Прекрасная*; українські народні казки *Котик і Півник, Івасик-Телесик,*озвучені шістьма казкарями жіночої статі.

У вибраних казках має місце змішаний тип членування тексту (описовий VS діалогічний). Аналізовані у статті розповідні фрази були відібрані з відрізків описового характеру. Фокус нашої уваги було зосереджено на просодичних характеристиках казкарів, які описують позитивних і негативних казкових персонажів і їхні вчинки.

Відповідні записи було піддано аудитивному й акустичному аналізу з подальшою математичною обробкою отриманих числових значень. У ході експерименту було використано такі комп'ютерні програми: Speech Analyzer Version 1.5 Test 15.3, WaveSurfer 1.0.4, CoolEditProv.1.2.a. і Microsoft Excel. На основі отриманих результатів було здійснено аналіз і лінгвістичну інтерпретацію даних.

Опис казкарямипозитивних героїв в англійській народній казці має ряд просодичних характеристик. Оповідачі послуговуються хвилеподібною шкалою (рис. 1) або поступово-низхідною шкалою з порушеною поступовістю з реалізацією спеціального підйому для підреслення відповідного слова. Нетермінальні інтоногрупи характеризуються низькими висхідними та низхідно-висхідними тонами, тоді як термінальні – складними або складеними висхідно-низхідними тонами й подекуди низькими низхідними.

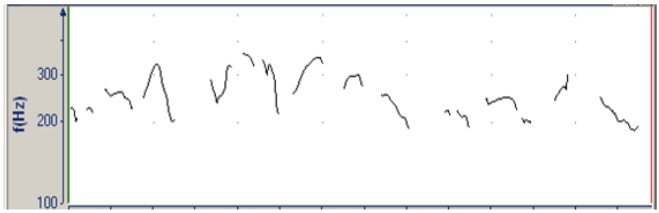


Рис. 1 Просограма фрази, у якій реалізується хвилеподібна шкала та відбувається подовження ключових слів.

*At the same time ¦ she listened to the **birds** in the **trees** ¦ as they **sang** their sweet **songs**.*

255 *326*

(RedRidingHood)

Діапазон ЧОТ складає 11,3 пт, тобто є середнім. Середні максимальні показники ЧОТ складають 63,6 пт, тоді як середні мінімальні показники – 53,8 пт. Регістр реалізацій – середній. Проте передача казкарем емоційно-забарвлених фраз, що відображають емоційний стан казкових героїв, супроводжується переходом на вищий регістр і розширенням діапазону ЧОТ, який складає 16 пт, тобто є розширений. Так, середні максимальні показники ЧОТ при вираженні сильних емоцій складають 68,1 пт, тоді як середні мінімальні показники ЧОТ – 54,4 пт.

Паузація у казці відіграє важливу роль і, окрім функції членування на смислові відрізки, виконує інтегруючу функцію [6, с. 91; 4, с. 12,16]. Логічні паузи середньої тривалості, поряд із емфатич-

ним виділенням і подовженням ключових слів, сприяють кращому сприйняттю казкової оповіді (рис. 1). Середньоскладоватривалість фраз, що описують позитивних героїв, складає 304 мс, що відповідає уповільненому темпу мовлення.

Описуючи позитивних казкових героїв у російській народній казці, оповідачі мають тенденцію до поділу фраз на короткі інтоногрупи за допомогою пауз середньої та довгої тривалості. Наприклад,

Жили-были ¦ дедушка ¦ да бабушка. | Была у них внучка ¦ Машенька.
597 638 713 363

(Маша и Медведь)

Унаслідок цього спостерігається велика кількість усічених мелодичних шкал. За наявності, найбільш частотними є хвилеподібні шкали. Рідше зустрічаються ковзно-низхідні, поступово-низхідні та рівні шкали, а також низхідні з порушеною поступовістю.

Мовлення російських казкарів звучить емоційніше порівняно з англійськими за рахунок використання складних тональних конфігурацій. Серед термінальних тонів найчастотніши ми є висхідно-низхідні (рис. 2). Рідше казкарі послуговуються низькими низхідними та середніми рівними тонами. У нетермінальних інтоногрупах спостерігались низхідно-висхідні та високовисхідні тони. На відміну від англійської казки, середньоскладова тривалість мовленнєвих відрізків російської казки складає 214 мс, що відповідає пришвидшеному темпу.

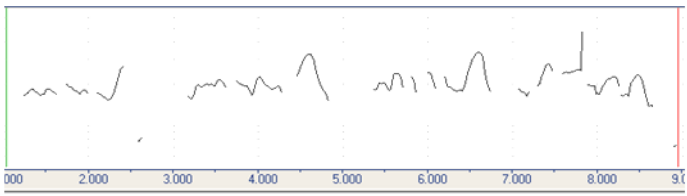


Рис. 2 Просограма фрази, у якій реалізуються висхідно-низхідні тони.

Он был человек хороший; ¦ за невестами дело не стало, ¦ но больше всех по
540 *521*
нраву ¦ пришлась ему одна вдовушка.
292

(Василиса Прекрасная)

Спільною просодичною характеристикою мовлення англійських і російських казкарів є використання середнього діапазону ЧОТ (11пт) і середнього регістру, оскільки середні максимальні показники ЧОТ становлять 61 пт, а мінімальні – 51 пт.

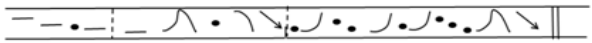
Як показали результати нашого дослідження, просодія української народної казки є найбільш яскравою за рахунок активного використання українськими казкарями всього арсеналу просодичних засобів. Значні перепади в межах мелодичного контуру при описі позитивних казкових героїв відбуваються не лише за рахунок хвилеподібних мелодичних шкал, складних і складених висхідно-низхідних термінальних тонів, а й за рахунок розширеного діапазону ЧОТ (16 пт) і високого регістру, де середні максимальні показники дорівнюють 68,5 пт, а середні мінімальні показники – 55 пт.

Середньоскладова тривалість аналізованих фраз складає 240 мс, що відповідає середньому темпу мовлення, проте часто темп є варіативним, особливо в емоційно-забарвлених фразах. Контрастні зміни темпу вказують на співвідношення в них статичного й динамічного начал розповіді [6, с. 91]. Увиразнюють мовлення оповідача довгі паузи в межах фрази, середня тривалість яких складає 456 мс.Наприклад:

Котик було йде добувати їсти, ¦ а півник вдома сидить та хати глядить.
2196 474 3368
(Котик та Півник)

Відтворення образу негативного героя в англійських, російських та українських казках має ряд спільних і відмінних рис на просодичному рівні. Описуючи негативних героїв в англійських народних казках, оповідачі послуговуються поступово-низхідними або хвилеподібними мелодичними шкалами. За допомогою останніх відбувається послівна акцентуація й подовження ключових слів, що призводить до уповільнення темпу оповіді.

Наприклад,



Red Riding Hood ¦ had no idea ¦ what a wicked and cruel animal the wolf was.
1219 291 413 279 3853
(Red Riding Hood)

Термінальні тони є емоційно-нейтральними й маловаріативними. У нетермінальних інтоногрупах превалюють низькі висхідні, а у термінальних – низькі низхідні тони. Діапазон ЧОТ у таких фразах складає 9 пт, тобто є звуженим. Середня фонаційна тривалість фраз із негативним контекстом складає 368 мс, що відповідає уповільненому темпу мовлення, тоді як міжфразові паузи мають середню тривалість і в середньому тривають 332 мс.

Опис казкарями негативних героїв російських народних казок має такі особливості: хвилеподібна шкала, частотні піки якої слугують засобом акцентного виділення ключових слів(рис. 3), або низхідна шкала з порушеною поступовістю, у якій спеціальний підйом виконує таку ж функцію виділення.

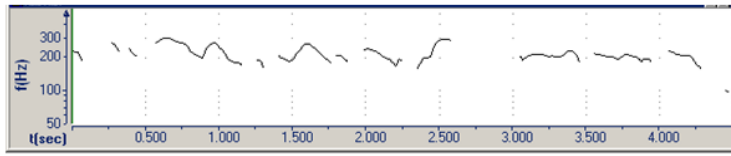


Рис. 3 Просограми фрази, в якій реалізується хвилеподібна шкала та низький низхідний тон.

Купчиха то и дело посылала за чем-нибудь в лес ненавистную ей Василису.
(Василиса Прекрасная)

До спільних особливостей мелодичного оформлення фраз із негативним забарвленням англійськими й російськими оповідачами можна віднести звужений діапазон ЧОТ (9,9 пт), використання низьких низхідних термінальних тонів і зниження регістру. До диференторів мовлення російських казкарів, що описують негативних героїв, належить частотна локалізація максимуму ЧОТ на початку фрази, тобто на такті, і пришвидшений темп мовлення (196мс).

Описуючи негативних героїв в українській народній казці, оповідачі послуговуються широким набором просодичних засобів. Поруч із використанням емоційно-забарвлених мелодичних шкал, вони використовують великий набір простих і складних термінальних тонів, найчастотнішими серед яких є низький низхідний і висхідно-низхідний. На відміну від англійських і російських казок, значного зниження регістру не відбувається, а тональний діапазон є середнім і складає 12 пт. Темп мовлення також середній (254 мс).

Спільною характеристикою російських та українських казок при змалюванні негативних героїв є різкі зміни темпу від уповільненого до пришвидшеного з діапазоном варіацій від 182–381 мс. Вони підкреслюють динамічний характер розгортання подій і вказують на зростання напруги. Негативний образ героя в російській та українській казках також відображається за допомогою подовження негативно-навантажених слів і їхнього виділення емфатичною паузою. Це демонструють наведені нижче приклади з казок *Котик і Півник* та *Василиса Прекрасная.*

Тільки півник за поріг, ¦ а лиска за нього ¦ та й помчала до своєї хатки.
300мс 821 243мс 505 199мс

А в избушке жила ¦ баба Яга. Никого она к себе не подпускала ¦ и ела людей как цыплят.
199мс 351 274мс 180мс 507 292мс

Окрім паузації та переходу на нижчий регістр, оповідачі послуговуються зміною тембру. Можливе використання глухого, напруженого голосу відповідно до емоцій, що передаються: наприклад, жах, тривога, осуд, ворожість, тощо. У паралінгвістиці тембр описують як метафоричне, емоційне забарвлення мовлення, колорит, що породжується при взаємодії різних просодичних характеристик [2, с. 173]. Казкарі цілком свідомо послуговуються зміною тембру задля формування, конструювання в комунікативних цілях відповідного підтексту та виконання різноманітних функцій. Високий рівень позитивної оцінки пов'язаний із таким типом голосу, як м'який, життєрадісний, дзвінкий, піднесений, з аспірацією, що може бути охарактеризовано як перевага тону над шумом. Високий рівень негативної оцінки досягається за допомогою твердого, жорсткого, стаккатного, напруженого, гортанного, глибокого голосу, що свідчить про перевагу шуму над тоном [5,с. 5].

Оповідачі проаналізованих нами англійських, російських та українських народних казок також послуговуються зміною тембрів для опису позитивних і негативних героїв. Дзвінкий, м'який, світлий голос характеризує позитивних героїв, тоді як притишений, глухий і напружений голос поряд із гіпертикуляцією, використовується для відтворення образів негативних казкових героїв.

Окрім просодичних засобів, важливу роль в аудіоказці виконують паралінгвістичні засоби – музичний супровід і функціонально-зображальні шуми, що імітують шум вітру, звуки кроків, спів птахів тощо. Звуковий сигнал або музична фраза інколи за-

мінюють довгі паузи і завдяки ефекту новизни виділяють емоційно-насиченні відрізки тексту [6, с. 81]. Вони покликані передати настрій, дії героїв, можуть накладатися на мовлення та посилювати емоційний потенціал казки.

Національна приналежність казки підкреслюється завдяки використанню у ній традиційних інструментів і фольклорної музики. Так, наприклад, у музичному супроводі російської народної казки звучить балалайка, тоді як в українській народній казці можна почути сопілку, бандуру, цимбали. На відміну від фольклорних мотивів, притаманних українській і російській народним казкам, музичне обрамлення англійських казок представлене класичними інструментами симфонічного оркестру. У них звучить музика періоду бароко, можливе використання клавесину для підкреслення того, що події в казці розгорталися дуже давно, проте можливий і сучасний музичний супровід.

Як показали результати дослідження, просодичне оформлення відіграє важливу роль в ефективному сприйнятті та розумінні аудіоказки. За допомогою мелодики, зниження чи підвищення регістру, звуження чи розширення діапазону, темпоральних і тембральних контрастів оповідачі зображують та оцінюють героїв, тому слухач із легкістю розрізняє позитивних і негативних персонажів казки. Варіативність на рівні просодії при змалюванні позитивних і негативних героїв була відзначена у ступені мелодичного динамізму. Також при вираженні сильних позитивних чи негативних емоцій зростає ступінь виділення наголошених складів.

Здійснений нами компаративний аналіз показав, що англійські, російські й українські оповідачі послуговуються інваріантними та варіативними стратегіями задля імперсоналізації позитивних і негативних казкових героїв. З одного боку, можна виділити певні універсальні риси, притаманні звуковим портретам негативних героїв в аналізованих мовах, зокрема маловаріативну мелодику, звуження тонального діапазону при описі негативних героїв і більшу динаміку мелодичного контуру й розширення діапазону ЧОТ при описі позитивних героїв.

З іншого боку, крос-культурний аналіз вказує на ряд специфічних ознак, притаманних англійським, російським та українським аудіоказкам як на рівні просодичного, так і музичного оформлення. Найбільш варіативними й емоційно-забарвленими виявилися казки в інтерпретації українських казкарів. Вони використовують увесь арсенал просодичних засобів, надають перевагу високому регістру й тим самим надають мовленню яскравої образності. Це пов'язано з характерними для українців рисами менталітету, зокрема сентимен-

талізмом, чутливістю, ліризмом й емоційністю [1]. Реалізації російських казкарів менш яскраві, порівняно з українськими. Їх характеризує пришвидшений темп, середній діапазон ЧОТ і середній регістр, з одного боку, і поділ фраз на короткі інтоногрупи з використанням логічних та емфатичних пауз – з іншого. Така комбінаторика просодичних параметрів відображає не лише притаманну росіянам емоційність, але й ірраціональність, любов до моралі, схильність до фаталізму. Для англомовної спільноти не характерна емоційність, проте властиві такі риси, як практицизм, прагматизм, інтровертизм та індивідуалізм [1], що зумовлює відповідне звукове оформлення англійської казки. Так, при описі позитивних героїв англійські казкарі послуговуються середнім діапазоном ЧОТ, середнім регістром, уповільненим темпом, і лише при вираженні сильних емоцій відбувається розширення діапазону ЧОТ і спостерігаються значні тональні перепади.

Оскільки мова є засобом трансляції менталітету між поколіннями лінгвокультурної спільноти [8], то здійснений нами крос-культурний аналіз дозволить розширити уявлення про менталітет націй і специфіку його вираження не лише мовними, а й мовленнєвими засобами виразності. Отримані в ході експерименту дані дозволять поглибити дослідницьку парадигму новими знаннями щодо ролі просодичних і паралінгвістичних засобів в аудіоказці та їхньої взаємодії з іншими засобами мови.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Вежбицкая А.* Язык. Культура. Познание / *А. Вежбицкая*. – М. : Русские словари, 1997.

2. *Медведева Т. Г.* О статусе тембра // Ритмическая и интонационная организация текста / Т. Г. Медведева. Сборник научных докладов ; под ред. А. М. Антиповой. – М., 1982. – С. 170–175.

3. *Наваренко І. А.* Взаємодія просодичних засобів у забезпеченні цілісності тексту іспанської казки та їх вплив на її сприйняття / Н. Ф. Наваренко // Лінгвістика XXI століття: нові дослідження і перспективи. – К., 2009. – С. 178–189.

4. *Немченко Н. Ф.* Ритм как форма организациитекста (на материале англоязычной сказки) : автореф. дис. на соиск. Ученойстепени канд. филол. наук: спец. 10.02.04 "Германские языки" / Н. Ф. Немченко. – М., 1985.–21 с.

5. *Олінчук В. В.* Семантика та просодія фонаційних компонентів комунікації, що виражають емоції жінок та чоловіків / В. В. Олінчук // Лінгводидактика та лінгвостилістика на зламі століть: питання теорії та практики. – Л. : Всесвіт. – 2004. – С. 88–97.

6. *Саенко Т. И.* Взаимодействие просодических и экстралингвистических средств в реализации прагматики текста английской волшебной сказки / Т. И. Саенко // Изучение динамического аспекта сегментных и супрасегментных единиц звучащего текста. – К., 1988. – С. 79–82.

7. *Тараненко Л. І.* Просодичні засоби зв'язності тексту англійської прозової байки (експериментально-фонетичне дослідження) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: 10.02.04 "Германські мови" / Л. І. Тараненко. – Київ. нац. лінгв. ун-т. – К., 2003.

8. *Телия В. Н.* Вторичная номинация и ее виды / В. Н. Телия // Языковая номинация (виды наименований) / Отв. ред. Б. А. Серебренников. – М., 1977. – С. 129–221.

9. *Єфименко В. А.* Сучасна літературна казка на основі класичного сюжету: структурні, когнітивні, наратологічні виміри : монографія / В. А. Єфименко. – К. : ВПЦ "Київський університет", 2015.

10. *Doukhan D., Rilliard A., Rosset S., Adda-Decker M., d'Alessandro Ch.* Prosodic Analysis of a Corpus of Tales.INTERSPEECH 2011. – P. 3129–3132.

11. *Ho-Joon Lee* Fairy Tale Storytelling System: Using Both Prosody and Text for Emotional Speech Synthesis // Convergence and Hybrid Information Technology. 6th International Conference, ICHIT 2012, Daejeon, August 23–25, Proceedings. Korea 2012. – P. 317–324.

Стаття надійшла до редколегії 18.04.2016 р.

Задорижная Н. И., канд. филол. наук, ассист.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

РОЛЬ ПРОСОДИИ И ПАРАЛИНГВИСТИЧЕСКИХ СРЕДСТВ В АУДИОСКАЗКЕ (на материале английского, русского и украинского языков)

Посвящена рассмотрению просодических характеристик речи рассказчиков английских, русских и украинских народных сказок, а также паралингвистических средств, которые используются в них. Фокус внимания сконцентрирован на повествовательных фразах, которые описывают позитивных и негативных персонажей и их поступки. Проведен крос-культурный анализ для определения инвариантных и вариативных черт просодии аудиосказок в анализируемых языках.

Ключевые слова: *аудиосказка, речь рассказчиков, просодические и паралингвистические средства, позитивная и негативная оценка, крос-культурный анализ.*

Zadorizhna N. I., PhD, Assistant Professor
Taras Shevchenko National University of Kyiv

THE ROLE OF PROSODY AND PARALINGUISTIC MEANS IN AUDIO FAIRY TALE

The article considersprosodicpeculiarities of narrators' speech in English, Russian and Ukrainian folk fairy tales as well as paralinguistic means used therein.Attention is focused on the narratives which describe positive and negative characters and their actions. Cross-cultural analysis was carried out to define invariant and variant features of audio fairy tales prosodyin the analyzed languages.

Keywords:*audio fairy tale,narrator's speech, prosodic and paralinguistic means, positive and negative evaluation, cross-cultural analysis.*

УДК 811.161.2'42:004

Зубань О. М., канд. філол. наук, доц.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ЕЛЕКТРОННІ СЛОВНИКИ У КОРПУСІ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ: ПАРАМЕТРИ ПОШУКУ ТА СИСТЕМАТИЗАЦІЇ МОВНИХ ОДИНИЦЬ

Описано структуру інтерфейсу Корпусу української мови, стилістичну параметризацію текстів, параметри пошуку лінгвістичної інформації в електронних словниках-конкордансах і частотних словниках лексем, словоформ, морфем, морфемних структур слів, словосполучень. Стаття має довідковий характер і покликана ознайомити користувачів-філологів із систематизацією лінгвістичної інформації в Корпусі з метою оптимізації пошукових можливостей.

Ключові слова: *комп'ютерна лексикографія, лінгвостатистика, Корпус української мови, електронний словник-конкорданс, електронний частотний словник.*

Сучасна українська комп'ютерна лексикографія має у своєму доробку чимало різногалузевих електронних словників, частина яких представлена на лінгвістичному порталі (www.mova.info) лабораторії комп'ютерної лінгвістики Інституту філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка [8]: Відкритий словник новітніх термінів; Українсько-італійський граматичний словник дієслів; серія частотних словників (Частотний словник художньої прози, Частотний словник сучасної української публіцистики, Частотний словник наукового стилю, Частотний словник сучасної української поетичної мови та ін.); Словник української мови (Академічний тлумачний словник (1970–1980); Електронний граматичний словник української літературної мови (словозміна); Чотиримовний словник термінів із хімії та фізики; Система електронних навчальних словників "Глоса" (англо-український, українсько-англійський навчальний словник); Труднощі англійського слововживання для українців; Таблиця окремих термінів, вживаних у диференційній геометрії (багатомовний перекладний словник); Тезаурус комп'ютерної лексикографії; Короткий українсько-сербський словник сполучуваності слів; Українсько-російсько-англійський тезаурус із лінгвістичної термінології; Семантичний словник української мови та ін.

Такі словники є зручними для користувача інформаційно-довідковими системами й надзвичайно важливі для фахівців різних галузей науки та для філологів, зокрема для організації пов-

номасштабного дослідження мови, але їх не можна використовувати в режимі автоматичного аналізу тексту. Тому особливої уваги нині заслуговують ті електронні лінгвістичні продукти, які спрямовані на аналіз тексту і є пошуковими системами, здатними в автоматичному або автоматизованому режимі вилучати з тексту інформацію про мовні одиниці. Таку лінгвостатистичну інформацію можна отримати: 1) на базі корпусу текстів; 2) за допомогою автоматичного лінгвістичного аналізу.

Колективом лабораторії комп'ютерної лінгвістики Інституту філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка було створено Корпус української мови [7] і розроблено методику формалізованого опису мовних одиниць різних рівнів тексту [1; 2; 5]. На основі цієї методики укладено лінгвістичні бази даних, які використовуються в лінгвістичному анотуванні текстового матеріалу: параметризації українського тексту на морфологічному, морфемному та синтаксичному рівнях його організації.

Корпус української мови має модульну будову: 1) модуль-текст; 2) модуль-аналізатор; 3) модуль-словник.

Модуль-текстрепрезентує корпус параметризованих текстів обсягом ~ 44 млн слововживань. Маркування метаінформації текстів корпусу здійснюється насамперед за стилем (див. Рис. 1.).

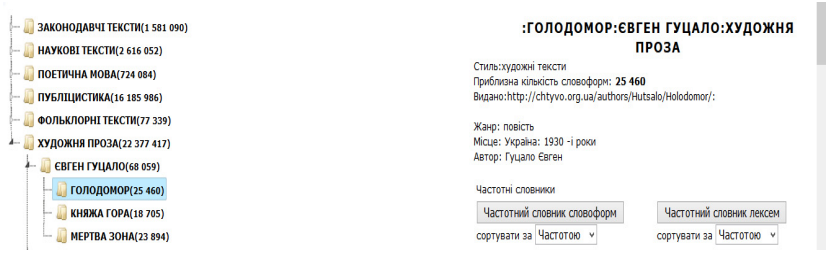


Рис. 1. Статистика текстів корпусу

За стильовими ознаками формується 6 підкорпусів: законодавчі тексти – 1 581 090 слововживань; наукові тексти – 2 616 052 слововживання; поетична мова – 724 084 слововживання; публіцистика – 16 185 986 слововживань; фольклорні тексти – 77 339 слововживань; художня проза – 22 377 417 слововживань. Як показує статистика, корпус текстів вимагає стилістичного збалансування, над чим зараз працює колектив викладачів і студентів.

У межах кожного стильового підкорпусу формуються за ієрархічним принципом підкорпуси за різноманітними ознаками (галузь, тема, періодичне видання, автор, стать автора й ін.). Кінцевою ланкою ієрархії є заголовок конкретного тексту (наприклад, художня проза: Євген Гуцало: Голодомор, Княжа гора, Мертва зона; див. Рис. 1.). За умови активації конкретного твору, до нього додається інформація про видавництво, місце видання, жанр тексту й деяка інша інформація.

Модуль-аналізатор – інструмент лінгвістичних досліджень великих текстових масивів, що включає пакети програм, які можуть виконувати такі функції: 1) забезпечують зв'язок корпусу текстів із лінгвістичними базами даних: морфологічною, морфемно-словотвірною, синтаксичною; 2) забезпечують роботу в автоматичному режимі пошуку та класифікації лексики за різними параметрами і формують інвентар лексем (початкових форм) за текстовими слововживаннями; 3) забезпечують проведення автоматичного морфологічного, морфемного, синтаксичного і статистичного аналізів; 4) формують словник-конкорданс контекстових слововживань.

Модуль-словник систематизує різнотипну лінгвістичну інформацію, отриману внаслідок автоматичної лінгвістичної анотації текстів. У поєднанні роботи двох модулів – модуля-текстів і модуля-аналізатора – за запитом користувача автоматично укладаються різні типи словників: словники-конкорданси; алфавітно-частотні словники слів (лексем), словоформ, морфем, морфемних структур слів, словосполучень.

Словники-конкорданси

Словники-конкорданси автоматично укладаються за опцією "Пошук у корпусі" (див. Рис. 2) у межах підкорпусу текстів обраного стилю (перше зверху діалогове вікно, опція "Виберіть зону пошуку"). Укладання може здійснюватися за такими пошуковими параметрами: 1) пошук контекстів до одного слова за заданою конкретною лексемою (всі словоформи лексеми) або словоформою – перше у другому рядку діалогове вікно; 2) пошук контекстів до всіх словоформ стилю за обраною морфологічною характеристикою (друге діалогове вікно у другому рядку, опція "Морфологічні ознаки").

Словник-конкорданс лексеми // словоформи можна автоматично укласти, записавши обране слово у перше знизу діалогове вікно: на Рис. 1 задано пошук контекстів до словоформи *Україною* (орудний відмінок однини) у межах підкорпусу художньої прози);

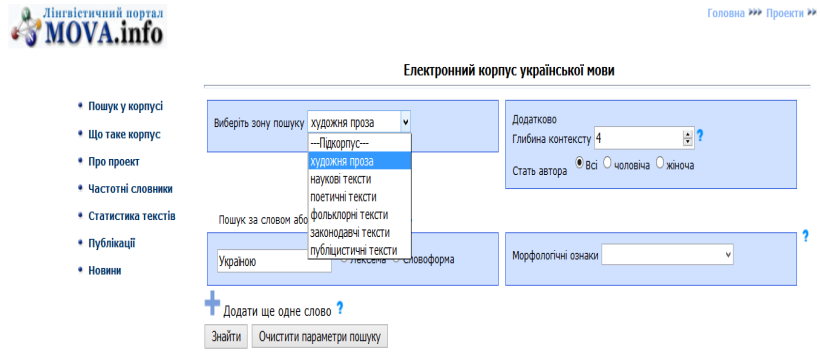
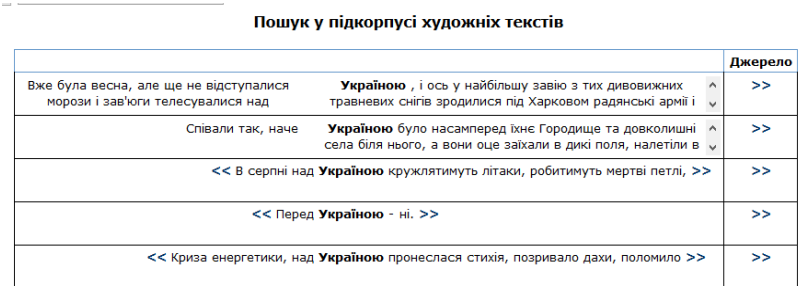


Рис. 2. Параметри автоматичного укладання словника-конкорданса словоформи *Україною*

При активації кнопки "Знайти" автоматично будується конкорданс до заданої словоформи (див. Рис. 2) з урахуванням двох додаткових параметрів, що вибираються у другому зверху діалоговому вікні: 1) глибини контексту (кількості слововживань правобічного й лівобічного оточення словоформи у реченні); 2) статі автора.



Пошук у підкорпусі художніх текстів

	Джерело
Вже була весна, але ще не відступалися морози і зав'юги телесувалися над	**Україною** , і ось у найбільшу завію з тих дивовижних травневих снігів зродилися під Харковом радянські армії і	>>
Співали так, наче	**Україною** було насамперед їхнє Городище та довколишні села біля нього, а вони оце заїхали в дикі поля, налетіли в	>>
<< В серпні над **Україною** кружлятимуть літаки, робитимуть мертві петлі, >>	>>
<< Перед **Україною** - ні. >>	>>
<< Криза енергетики, над **Україною** пронеслася стихія, позривало дахи, поломило >>	>>

Рис. 3. Фрагмент словника-конкорданса словоформи *Україною*

Як показує приклад словника-конкорданса словоформи *Україною* (Рис. 3), контекст до аналізованої словоформи може бути розширений у двох напрямах дистрибуції слова до межі речення за допомогою активації позначок – "; –". До кожного текстового слововживання подається індекс джерела (див. Рис. 4), із якого взято текстовий фрагмент, наприклад, перше речення – *Вже була весна,..* – взято із роману "Диво" (глава: "1966 рік Весна. Київ.") П. Загребельного. Навігація до джерела здійснюється автоматично за допомогою позначки – " – у колонці "Джерело".

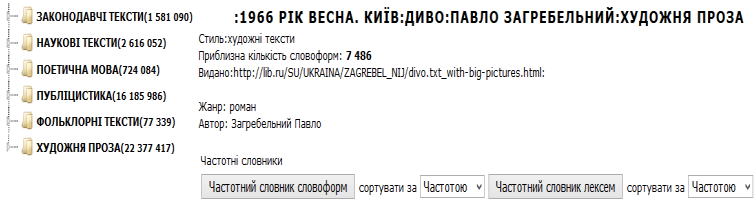


Рис. 4. Визначення джерела текстового фрагмента

Словник-конкорданс за параметром пошуку контекстів до всіх словоформ стилю за обраною морфологічною характеристикою (друге діалогове вікно у другому рядку – див. Рис. 2) будується за вибором морфологічних ознак кожної частини мови у випадному списку опції "Морфологічні ознаки".

На Рис. 5. задано пошукові параметри: частина мови – іменник, рід – жіночий, число – однина, відмінок – орудний. За цими параметрами пошуку автоматично укладається конкорданс до всіх іменників жіночого роду орудного відмінка однини, які вживаються у текстах художньої прози (див. Рис. 6). Навігація до текстового джерела здійснюється автоматично через позначку – " –.

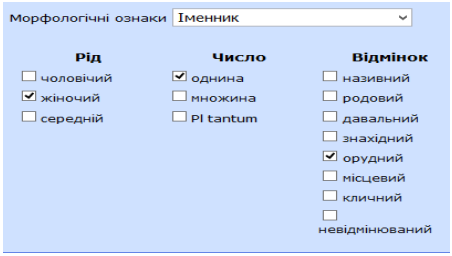


Рис. 5. Параметри автоматичного укладання конкорданса за обраною морфологічною характеристикою

Пошук у підкорпусі художніх текстів

	Джерело
Дівчата хоча притомлені, та водночас і вдоволені щойно пережитою **напругою** , ніби й справді їм вдалося когось порятувати.	>>
<< доводиться в духотняві, яма налита **спекою** . >>	>>
<< з **місією** Червоного Хреста в далекій південній країні була >>	>>
<< , головою поводить, стежить за **танцівницею** , що зовсім близько перед нею теж >>	>>
<< Липка, задушна ніч, повалені **холерою** люди стогнуть за брезентом твого намету, >>	>>
<< Костянтинівна, що, посріблена тепер **сивиною** , з поглядом пригаслим, сидить серед >>	>>

Рис.6. Фрагмент словника-конкорданса іменникових словоформ жіночого роду орудного відмінка однини на базі текстів художньої прози

Частотні словники

Рубрика "Статистика текстів" відкриває діалогове вікно зі стилістичною параметризацією корпусу за підкорпусами стилів (див. Рис. 1). Розгортаючи дерево кожного підкорпусу до кінцевої ланки – конкретного тексту, користувач на базі цього тексту може автоматично укласти алфавітно-частотні словники лексем і словоформ кожного тексту корпусу із визначенням абсолютної частоти вживання. На тепер у Корпусі української мови в режимі on-line автоматично укладаються 29725 частотних словників лексем // словоформ за окремими текстовими вибірками.

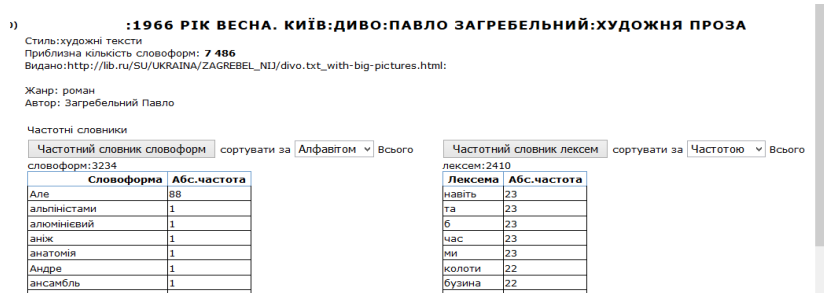


Рис. 7. Фрагмент частотного словника лексем та словоформ глави "1966 рік Весна. Київ" роману "Диво" П. Загребельного

На Рис. 7. показано фрагмент двох частотних словників: частотного словника лексем і частотного словника словоформ. Словники укладаються за вибором параметра формування інвентаря одиниць: алфавітом або частотою (абсолютна частота вживання у вибірці тексту). За параметром частоти вживання інвентар одиниць може формуватися за спадом частот або за зростанням частот при активації опції "Абс. частота".

Частотні словники за стилями, розділами, авторами, збірками і таке інше з метою оптимізації пошуку на базі великого обсягу текстової інформації не укладаються в режимі on-lin. Такі словники укладені на замовлення користувача і викладені в рубриці "Частотні словники" (див. Рис. 2) як окремі електронні лексикографічні системи, із якими також можна працювати в режимі on-lin. Нині укладено електронні частотні словники 9 авторів, публіцистики, художньої прози, фольклорних текстів, ендокринології [9].

Наприклад, в Електронному словнику мови Тараса Шевченка [3] користувач може автоматично укласти такі частотні словники:

1) алфавітно-частотний словник словоформ за заданою буквою або словом;

2) алфавітно-частотний словник всіх словоформ усіх частин мови або за вибраною морфологічною характеристикою;

3) алфавітно-частотний словник лексем усіх частин мови або за вибраною морфологічною характеристикою;

4) алфавітно-частотний словник словосполучень за 9 параметрами;

5) алфавітно-частотний словник морфем (префіксів, коренів, суфіксів, інтерфіксів) усіх слів або за вибраною морфологічною характеристикою слів;

6) алфавітно-частотний словник морфемних структур слів (початкових форм) усіх частин мови або за вибраними морфологічними ознаками.

Інформація в алфавітно-частотних словниках структурно розподіляється на три зони:

1. Інвентар одиниць за вибраним типом;

2. Реалізація одиниць (морфем) у словах, (слів) у реченнях з інформацією про частотні характеристики:

а) абсолютну частоту вживання слова (кількість слововживань лексеми у текстах);

б) кількість текстів (творів), у яких вживається слово;

в) середню частоту слова;

г) середньоквадратичне відхилення;

д) коефіцієнт стабільності;

3. Контексти (речення) вживання аналізованої одиниці.

Наприклад, розглянемо структуру алфавітно-частотного словника кореневих морфем, укладеного за текстами Т. Шевченка.

1 зона. Фрагмент частотного словника коренів (Рис. 8.) показує, що словник коренів іменникової лексики поетичного мовлення Т. Шевченка складає 1509 коренів з інформацією про абсолютну та середню частоту вживання кожного кореня в текстових слововживаннях (в усіх слововживаннях тексту без обмеження частиномовної характеристики слів). Формування інвентаря коренів можливе за алфавітом або за спадом чи зростанням абсолютних частот.

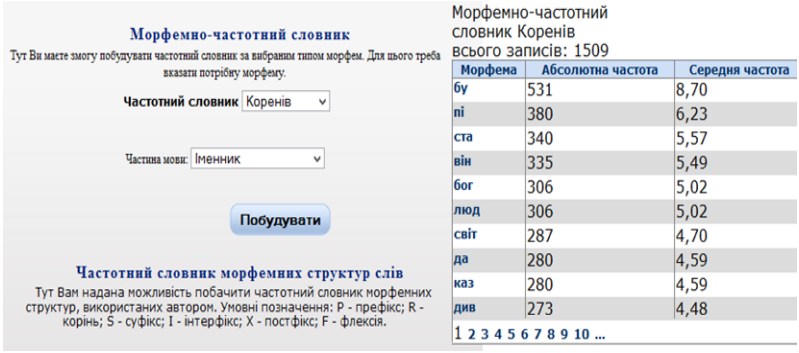


Рис. 8. Фрагмент електронного частотного словника коренів мови Т. Шевченка

2 зона. У другій зоні словника подано лексичну реалізацію конкретного кореня, вибраного в першій зоні: фрагмент словника на Рис. 9. демонструє реалізацію частотного кореня *–люд-* (з абсолютною частотою 306 слововживань) в іменникових слововживаннях тексту. Цей корінь реалізується в 7-ми словах із різною продуктивністю. Найчастотнішим є слово *люди*, яке реалізоване в поетичному мовленні у 270 слововживаннях тексту.

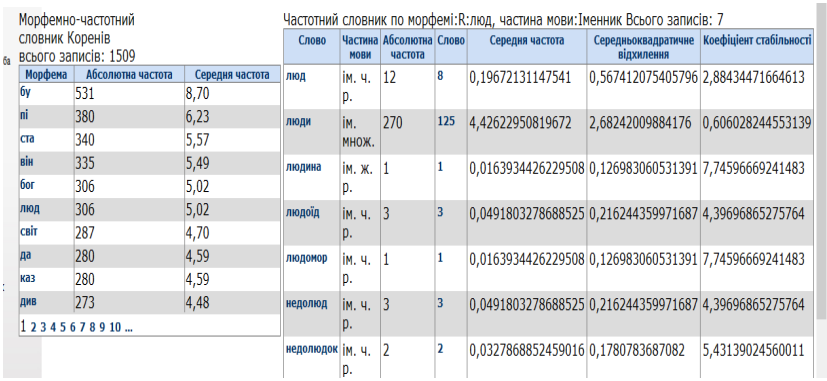
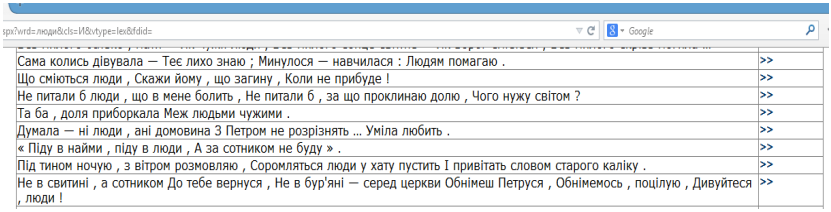


Рис.9. Лексична реалізація кореня -люд-

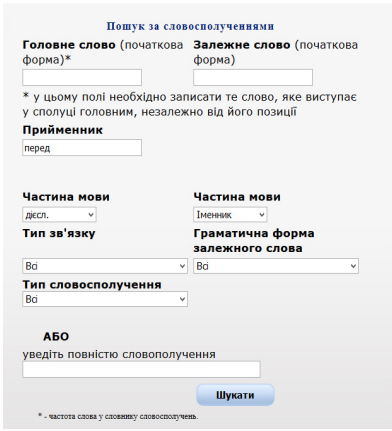
3 зона. У третій зоні подаються контексти вживання вибраного в реєстрі 2-гої зони слова (див. Рис. 10). До кожного фрагмента тексту подано джерело – твір, із якого взята цитата. Навігація до цієї інформації здійснюється через активізацію позначки – >>.



Сама колись дівувала — Теє лихо знаю ; Минулося — навчилася : Людям помагаю .	>>
Що сміються люди , Скажи йому , що загину , Коли не прибуде !	>>
Не питали б люди , що в мене болить , Не питали б , за що проклинаю долю , Чого нужу світом ?	>>
Та ба , доля приборкала Меж людьми чужими .	>>
Думала — ні люди , ані домовина З Петром не розрізнять ... Уміла любить .	>>
« Піду в найми , піду в люди , А за сотником не буду » .	>>
Під тином ночую , з вітром розмовляю , Соромляться люди у хату пустить І привітать словом старого каліку .	>>
Не в свитині , а сотником До тебе вернуся , Не в бур'яні — серед церкви Обнімеш Петруся , Обніменось , поцілую , Дивуйтеся , люди !	>>

Рис. 10. Фрагмент словника-конкорданса до слова *люди*

Алфавітно-частотний словник словосполучень укладено на тепер лише для текстів Т. Шевченка. Цей словник найскладніший за структурою опцій укладання: 9 параметрів (див. Рис. 11). Словник автоматично будується за: 1) конкретним словосполученням – "Уведіть повністю словосполучення"; 2) початковою формою головного слова (опція – "Головне слово"), залежного слова (опція – "Залежне слово") або обох слів словосполучення; 3) прийменником у прийменниковому словосполученні (опція – "Прийменник"); 4) морфологічними характеристиками (випадні списки морфологічних ознак в опції "Частина мови") головного слова, залежного слова або обох слів словосполучення; 5) типом синтаксичного зв'язку (опція – "Тип зв'язку": усі, координація, підрядний ядровий, підрядний ад'юнктний, сурядний); 6) граремою залежного слова (опція – "Граматична форма залежного слова"); 7) морфологічним типом словосполучення (опція – "Тип словосполучення": усі, іменникове, дієслівне, прикметникове, займенникове, числівникове).



Всього записів: 8

Слово	Частота*	Словосполучення	Контекст
гнутися	2	гнувся Перед жидом	Контекст
горіти	12	горить Перед бунчуками	Контекст
молитися	15	Молилися перед хрестом	Контекст
поклонитися	3	поклонітесь Перед гординею	Контекст
помолитися	10	помолилася Перед апостолом	Контекст
помолитися	10	помолюся перед образом	Контекст
розкритися	2	розкрились Перед очима	Контекст
становити	1	становить Перед образами	Контекст

* - частота слова у словнику словосполучень.

Рис. 11. Параметри укладання частотного словника словосполучень

На Рис. 11 задано такі параметри пошуку: головне слово – дієслово; залежне слово – іменник, зв'язок прийменниковий за допомогою прийменника *перед*. За такими ознаками при активації опції "Шукати" автоматично укладається алфавітно-частотний словник 8-ми словосполучень за текстами Т. Шевченка. Як і в попередніх типах частотних словників, цей словник має зв'язок із контекстами, у яких реалізовується кожне словосполучення, а контексти – зв'язок із джерелом (конкретним твором), із якого взято речення.

Два види словників у Корпусі – конкорданси та частотні – поєднані між собою взаємозворотньою й інформаційно доповнювальною навігацією:

1) конкорданс → частотний словник: словники-конкорданси (див. Рис. 3, Рис. 6.) через опцію "Джерело" поєднуються з алфавітно-частотними словниками тексту, із якого взято речення (див. Рис. 7);

2) частотний словник → конкорданс: якщо користувач працює з частотними словниками стилів, авторів, збірок, то через опцію "Контекст" (див. Рис. 12) або активацію конкретного слова (див. Рис. 9, Рис. 10) він може перейти до конкорданса обраного слова або словосполучення.

Представлені електронні частотні словники та словники-конкорданси – надзвичайно ефективні й раціональні інструменти лінгвістичних досліджень, оскільки вони передбачають різноманітні автоматичні класифікації з одиницями українського тексту в режимі online. Отримана статистична інформація про організацію українських текстів на різних рівнях мовної системи дає можливість вивчати закономірності функціонування мовних одиниць у різних стилях, комплексно досліджувати мовні особливості ідіостилів українських поетів і письменників. Дослідження статистичних параметрів морфемного рівня організації поетичного тексту Т. Шевченка [4; 6] показують, що кількісні та статистичні характеристики морфемних структур слів, які формують відносно невеликий інвентар одиниць, виявляють закономірності будови тексту ідіостилю поета. Електронні частотні словники такого типу можуть бути укладені для всіх авторів і тестів Корпусу української мови за запитом користувача, якому необхідно отримати статистичну інформацію для різноманітних філологічних досліджень.

Багатоаспектна систематизація лінгвістичної інформації в Корпусі української мови, встановлення статистичних закономірностей функціонування різнорівневих мовних одиниць у різних типах текстів формують лексикографічну систему нового поко-

ління, яка розглядається як універсальна довідкова система з української мови для учителя, журналіста або пересічного користувача, а для філолога-дослідника, викладача – як лінгвістична база знань, комп'ютерна граматика української мови.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Алексієнко Л. А.* Методика створення автоматизованої системи морфемно-словотвірного аналізу (АСМСА) слів української мови / Л. А. Алексієнко, Н. П. Дарчук, О. М. Зубань // Наукова спадщина професора С. В. Семчинського. Збірник наукових праць. – К., 2001, ч. 1. – С. 38–49.

2. *Дарчук Н. П.* Комп'ютерне анотування тексту: результати і перспективи : монографія / Н. П. Дарчук. – К. : Освіта України, 2013.

3. Електронний словник мови Тараса Шевченка. – Режим доступу від 18.04.2016: http://www.mova.info/cfqsh.aspx.

4. *Зубань О. М.* Особливості морфемної будови слів у поетичних текстах Т. Шевченка (на матеріалі Корпусу української мови) / О. М. Зубань // Українське мовознавство. – 2014. – № 44/1. – С. 123–133.

5. *Зубань О. М.* Параметризована база даних як інструмент дослідження корпусу текстів / О. М. Зубань // Лексикографічний бюлетень: Збірник наукових праць. – К., 2006. – Вип. 13. – С. 37–43.

6. *Зубань О. М.* Стилеметричні ознаки морфемних структур слів у поетичному мовленні Т. Шевченка (на матеріалі Корпусу української мови) / О. М. Зубань // Мовні і концептуальні картини світу. – К., 2014. – Вип. 48. – С. 165–179.

7. *Корпус української мови*. – Режим доступу від 18.04.2016: (http://www.mova.info/corpus.aspx).

8. *Словники*. – Режим доступу від 18.04.2016: http://www.mova.info/Page.aspx?l1=61.

9. *Частотні словники Корпусу*. – Режим доступу від 18.04.2016: http://www.mova.info/article.aspx?l1=210&DID=5215.

Стаття надійшла до редколегії 18.04.2016 р.

Зубань О. Н., канд. филол. наук, доц.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

ЭЛЕКТРОННЫЕ СЛОВАРИ В КОРПУСЕ УКРАИНСКОГО ЯЗЫКА: ПАРАМЕТРЫ ПОИСКА И СИСТЕМАТИЗАЦИИ ЯЗЫКОВЫХ ЕДИНИЦ

Рассматривается структура интерфейса Корпуса украинского языка, стилистическая параметризация текстов, параметры поиска лингвистической информации в электронных словарях-конкордансах, электронных частотных словарях лексем, словоформ, морфем, морфемных структур слов, словосочетаний. Статья знакомит пользователей-филологов из систематизацией лингвистической информации в Корпусе с целью оптимизации поисковых возможностей.

Ключевые слова: *компьютерная лексикография, лингвостатистика, Корпус украинского языка, электронный словарь-конкорданс, электронный частотный словарь.*

Zuban O. M., PhD, Associate Professor
Kyiv Taras Shevchenko National University

ELECTRONIC DICTIONARIES IN THE UKRAINIAN LANGUAGE CORPUS: PARAMETERS FOR THE SEARCH AND SYSTEMATIZATION OF LANGUAGE UNITS

The article describes the structure of the interface of the Ukrainian Language Corpus according to the parameters for searching linguistic information such as stylistic parametrization of texts, electronic concordance dictionaries,electronic dictionaries of frequent lexemes, word forms, morphemes, morphemic structures of words and word combinations. The article is primarily informative in nature and aims to acquaint users (philologists) with the systematization of linguistic information in the Ukrainian Language Corpus in order to expand their search possibilities.

Keywords: *computer lexicography, linguostatistics, Ukrainian Language Corpus, electronic concordance dictionary, electronic frequency dictionary.*

УДК 811.581.11

Ісаєв С. С., асист.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ЕТНОКУЛЬТУРНИЙ КОД КИТАЙСЬКИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ-ГАСТРОНІМІВ (НА ПРИКЛАДІ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ ІЗ КОМПОНЕНТАМИ-НАЗВАМИ ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ ТВАРИННОГО ПОХОДЖЕННЯ)

Досліджується етнокультурний код китайських фразеологізмів із компонентами-назвами продуктів харчування тваринного походження. Особлива увага приділяється зв'язкам семантики фразеологізмів із кодами культури та визначенню ролі фразеологізмів як елементів етнокультурного коду.

Ключові слова: *етнокультурний код, фразеологізм, гастронім, продукти харчування тваринного походження, китайська мова.*

Національно-культурні особливості фразеологічної системи мови були й залишаються предметом дослідження багатьох сучасних лінгвістів. Підвищена увага до цієї теми зумовлена зростанням інтересу до проблеми мови й культури. Вивчення національно-культурної специфіки фразеологізмів зосереджено на дослідженні національно-культурних компонентів, у яких міститься історична, географічна, культурно-побутова інформація.

Культура в житті кожного етносу є ключовим елементом, оскільки виконує роль його історичної пам'яті. Ядро ж культури етносу складає етнокультурний код, який базується на певному сталому

наборі стереотипів, норм, рис і властивостей, психологічних настанов, характерних для нього і який сприймається як ознака своєї ідентичності. Етнокультурний код відіграє роль системи розпізнання членів свого етносу, забезпечуючи єднання угруповання для протистояння викликам зовні, організовуючи інформаційну взаємодію між членами етносу. "… народ створює свою культуру, а культура так чи інакше віддзеркалюється у мові" [1, с. 115]. А мова, завдяки своїй кумулятивній функції, зберігає його, забезпечуючи діалог поколінь, не лише минулого і сучасного, але й сучасного і майбутнього.

З усіх рівнів мовної структури найбільш тісний і яскравий зв'язок мови й культури проявляється на рівні фразеології. Саме у фразеології знаходить відображення історія народу, його світогляд, національна культура, звичаї, вірування й ін. Вивчення фразеології дає розуміння та сприйняття далекого минулого як мови, так історії і культури його носіїв; а також сприяє усвідомленню складної й різноманітної природи стійких словосполучень.

Намагання розпізнати та визначити національно-культурну специфіку фразеологізмів тісно пов'язане з проблемами дослідження сприйняття світу та шляхів його усвідомлення етносом, відображених у мові. Сприйняття світу здійснюється через знаки культури, її символи, стереотипи, зразки. Кожен мовний знак таким чином стає елементом культурно-національної системи світобачення, утіленої у знаках культури.

Сукупність образів, зафіксованих у національній фразеології, віддзеркалює систему мислення народу, носія мови, пов'язана з матеріальною й духовною культурою мовної спільноти. Цей зв'язок не є однобічним, оскільки мова виступає основним інструментом реконструкції культури, а дослідження фразеології потребує вивчення багатошарового етно-мовно-культурно-історичного контексту.

Китайська фразеологія, як сукупність фразеологічних одиниць, має настільки ж давню історію, як і сама китайська мова. Масив китайських фразеологізмів є надзвичайно чисельним, але, у першу чергу, найбільшу зацікавленість викликає та його частина, яка стосується предметів матеріальної культури, оскільки вони і є носіями національно-культурної специфіки.

Традиційний китайський побут і, насамперед, продукти харчування знайшли широке відображення у фразеології. Ханьцям, як і будь-якому іншому етносу, притаманні своєрідні звичаї, пов'язані з приготуванням повсякденних і ритуальних страв, певні смакові стереотипи в меню. Продукти харчування тваринного

походження завжди були присутні у меню китайців, але перелік їх відрізнявся від меню багатьох інших народів. Ще з часів Конфуція вважалося, що повноцінна їжа людини має складатися з трьох обов'язкових елементів: рису, овочів і м'яса/риби.

Як доводять знахідки китайських археологів, уже 5 тисяч років тому мешканці неолітичних поселень на території сучасного Китаю споживали м'ясо різних доместифікованих і диких тварин [2, с. 176]. Із того часу й донині м'ясо залишається одним із основних елементів харчування китайців. Значне споживання цього продукту знайшло своє відображення в китайській фразеології.

Найбільша кількість фразеологізмів китайської мови присвячена м'ясу **肉**як виду харчової продукції, без зазначення приналежності тій чи іншій тварині.

Одна з найбільш представлених груп присвячена людським якостям, де вживання або не вживання м'яса пов'язане з характеристикою людини.

敢吃肉就不怕油嘴 *Той, хто їсть м'ясо, не боїться замастити губи*. Смілива людина, здатна на вчинки.

人家碗里肉肥 *У іншого в тарілці м'ясо жирніше*. Характеризує заздрісну людину. Доречним буде навести відоме українське прислів'я, яке є, фактично, прямим аналогом китайському: *У сусіда і хата біліша, і трава зеленіша.*

肉不臭不会招苍蝇 *Якщо м'ясо не тхне, мухи не злітаються*. Коли людські якості низькі, легко попасти у скрутну ситуацію.

肉肥汤也**肥** *Якщо м'ясо жирне, то і суп буде жирний*. Бути неробою, дармоїдом, жити за рахунок інших людей.

端起碗吃肉，放下碗骂娘——**忘恩**负义. *Тримаючи тарілку їсти м'ясо, поставивши тарілку – лаяти мати*. Не пам'ятати добра, бути невдячним.

吃肉念佛经——**假善人** *Їсти м'ясо і читати сутри*. Бути ханжею.

叫花子不吃肉——假斯文 *Жебрак не їсть м'яса – прикидається культурним*. Видавати себе за іншу людину.

含着骨头露着肉 *Ховаючи кістку, розкривати м'ясо*. Бути скритним, не розказувати все, приховувати факти.

和尚不吃肉——在鼓上出气 *Чернець не їсть м'яса – виміщає зло на барабані*. Не маючи змоги помститися людині, на яку образився, зірвати зло на іншій.

阿二吃肉——瞎抓 *Дурник їсть м'ясо – хапає всліпу*. Робити щось як попало, без плану.

三月不知肉味 *Три місяці не куштувати м'яса*. Сконцентрувати увагу на якій-небудь одній справі, зовсім не дбаючи про інші.

尝一脔肉，而知一镬之味，一鼎之调。*Покуштувавши шматочок м'яса, відчути смак страви*. Уміння по одній окремій деталі складати враження про ціле.

Ще одна група фразеологізмів із компонентом 肉встановлює моральні та соціальні орієнтири.

荞麦的肉包子——皮黑馅子香*Пиріжки з гречаного борошна з м'ясом – зовні чорні, а всередині смачні*. Не можна судити людину за зовнішнім виглядом.

佛在心头坐，酒肉腑肠过*Будда знаходиться у серці, а м'ясо з вином у шлунку*. Віра людини не залежить від того, чи дотримується вона посту чи ні.

食不厌精，脍不厌细*М'ясо не буває занадто добре приготовленим*. Будь-яку справу можна зробити ще досконаліше.

食不兼肉*Під час трапези однієї м'ясної страви достатньо*. Що занадто – то не здраво!

Наступна група фразеологізмів, до складу яких входить ієрогліф 肉, слугує для характеристики тієї чи іншої ситуації.

狼多肉少，成天争吵*Вовків багато, м'яса мало, цілий день сварки*. При розподілі зиску, коли його замало, виникають чвари.

委肉虎蹊*Загубити м'ясо на шляху тигра*. Потрапити у небезпечну ситуацію. 肉腐出虫，鱼枯生蠹*М'ясо гниє, з'являються черви*. Ситуація нездорова, буде біда.

肉烂骨头在*М'ясо згнило, кістка залишилася*. Ситуацію можна виправити.

肉在锅里头，香气在外头*М'ясо у пательні, а запах на вулиці*. Новини швидко розповсюджуються.

大年三十吃肉——还用你说 На Новий рік їсти м'ясо – само собою зрозуміло.

肉头上庙——白送 Віднести м'ясо до монастиря – даремно ходити.

肉包子打狗——有去无回*Кидати пиріжками у собаку*. Даремно витрачати ресурси.

肉多不缺油 *І м'яса багато, і жиру вистачає*. Бути цілком забезпеченим, усього достатньо.

做梦吃肉包子——心里美 *Уві сні їсти пиріжки з м'ясом*. Відчувати насолоду.

З усього корпусу китайських фразеологізмів, де зазначається належність м'яса тій чи іншій тварині, перше місце займає свинина. Це пояснюється наявністю великої кількості страв, які готуються зм'яса цієї тварини в Китаї. Річ у тім, що китайці споживають свинини більше, ніж м'яса всіх інших тварин разом узятих. Свинина здавна з'являлася на столах багатих людей щодня, а в бідних – на вихідні та свята. У сучасному Китаї вживання свинини є повсякденним явищем, і тому це знайшло відповідне відображення у фразеологізмах. Основою благополуччя китайських селян було розведення свиней і вирощування рису, і тому у прислів'ях ці два процеси часто порівнюються.

肥猪出好肉，好秧出好谷Товста свиня дає гарне м'ясо, поля, які удобрили, дають гарний врожай.

肥猪出好肉，好秧出好谷Із товстої свині отримуєш гарне м'ясо, із гарної розсади отримуєш гарний рис.

猪肥膘壮，粪足苗旺 Свиня товстішає, м'ясо нагулюється, добрива вносяться, розсада зеленішає.

Частина фразеологізмів, яка включає до складу ієрогліфи 猪 або 猪肉, характеризує певні соціальні ситуації або якості людини.

火到猪头烂，钱到公事办 Щоб зварити свинячу голову, треба більше вогню, щоб виграти справу, треба більше грошей заплатити.猪困长肉，人困卖屋*Свиня спить багато, м'ясо прибуває, людина спить багато, майно спливає*. Якщо свиня не рухається, багато спить, її вага збільшується, і господар задоволений, якщо ж людина любить поспати й не любить працювати, то врешті-решт збанкрутує та змушена буде все своє майно продати.

死了张屠夫，不吃混毛猪*Помер м'ясник Чжан, не їстимемо тепер свинини*. Будь-яка справа триватиме, навіть якщо не буде того, хто її робив.

猪多肉贱 Свиней багато, м'ясо дешевшає.

死猪不怕开水烫*Мертва свиня не боїться гарячої води*. Людину, яка готова до подолання труднощів, ніщо не злякає.

没吃过猪肉，也见过猪跑*Не їв свинину, але бачив свиню*. Хоча людина сама не має такого досвіду, але має уявлення про предмет.

就着猪肉吃油条——腻透了*Їсти свинину, заїдати пиріжками, смаженими в олії*. Відчувати відразу, втратити інтерес.

吃猪头肉打嘴巴子——**里外**发烧*З'їсти свинячу голову та лящa отримати, ззовні та всередині гаряче*. Вийти зі скрутного становища з подвійним зиском.

На відміну від інших видів м'яса, свинина не є компонентом традиційних китайський ліків, але, однозначно, має видатні смакові якості.

诸肉不如猪肉,**百菜不如白菜** Свинина краща за будь-яке м'ясо, капуста краща за будь-який овоч.

Під впливом буддизму китайці скоротили споживання яловичини, і відкрите вживання цього виду м'яса вважалося моветоном. Обмежене споживання яловичини відобразилося і в невеликій кількості фразеологізмів, до складу яких входять ієрогліфи**牛**та**牛肉**.

别为了吃肉杀耕牛*Не можна бика, на якому можна пахати, вбивати заради м'яса*. Те, що може принести ще багато користі, не можна руйнувати.

牛头不烂——**多**费些柴炭*Якщо яловичина не зварилася, треба підкинути дрова*. Якщо мета не досягнута, треба докласти зусиль.

老牛肉，有嚼头；**老人言，有听**头*Є особливий смак у старої яловичини, є особливий сенс у словах старої людини*. Не треба зневажати давно відомі речі або ті, що здаються застарілими. **老姜蒸牛肉，子姜好炒**鸭。Стару яловичину треба готувати зі зрілим імбиром, качку треба готувати з молодим імбиром. Незважаючи на те, що сучасні китайці у зв'язку з певними фізіологічними особливостями практично не вживають набіл, у китайській мові є певна кількість фразеологізмів, які пов'язані з молоком або харчовими продуктами, які з нього виробляються. Більшість із них пов'язана із зовнішніми ознаками молока, білим кольором.

别看它是一条黑母牛，**牛奶一**样是白的。Не дивись, що корова чорна, молоко в неї біле.

黑母牛的奶汁都是雪白的。Молоко чорної корови сніжно-біле.

不放牛奶的熬茶是黑的，昧良心的人的心是黑的。Якщо в чай не додавати молоко, він буде чорним, чорна й душа у людини, у якої немає совісті.

母牛所产的未必全是黄油 Не все, що дає корова, то вершкове масло.

不能既要卖母牛，又想喝牛奶。Не можна продати корову і хотіти пити її молоко.

На вживання баранини в Китаї ніколи не було заборони або обмежень, у деякі історичні епохи вона навіть конкурувала зі свининою [3, с. 26], але більшість ханьців віддають перевагу свинині, оскільки не дуже люблять характерного запаху та присмаку, яким відрізняється м'ясо баранів. У той же час воно вживається в регіонах, де спільно проживає ханьське та неханьське населення, яке сповідує іслам.

羊肉不曾吃，空惹一身膻*Баранину не їв, а увесь неприємно пропах*. Прислів'я пов'язане зі специфічним запахом баранини, який не до вподоби багатьом людям. Прислів'я має значення: Ніякого зиску не отримав, але маєш великий клопіт через певну ситуацію.

立冬白菜赛羊肉 На початку зими капуста краща за баранину.

苏文熟,**吃羊肉**;苏文生,**吃菜羹***Знаєш добре твори Су Дунпо – їси баранину, погано знаєш – овочевий суп*. Це прислів'я пов'язане з ім'ям видатного китайського письменника та політичного діяча династії Сун (960–1279 рр.)

Су Дунпо або Су Ши. Його твори стали класикою ще за його життя й увійшли в обов'язкову програму підготовки до іспитів на чиновницькі посади. Звідси і пішло це прислів'я: добре підготувався до іспитів і знаєш напам'ять твори Су Дунпо, то зможеш скласти добре іспит, отримати посаду, і тобі по кишені буде їсти баранину, а ні – то задовольнишся овочевим супом.

羊肉包子顺气丸*Пиріжки з бараниною – найкращі ліки від нудьги*. Одне з прислів'їв, які входять до групи фразеологізмів-медичних порад. На думку китайських лікарів, спеціалістів із традиційної медицини, вживання баранини сприяє покращенню настрою та розсіюванню депресивного стану.

Окреме місце в м'ясному раціоні китайців займає м'ясо віслюка. Свого часу в деяких регіонах, де була популярна конина, на м'ясо віслюка переключилися у зв'язку з війною. Однак із часом цей сорт м'яса настільки сподобався китайцям, що був увічнений у фразеологізмах як один із найкращих.

天山龙肉，**地下**驴肉На небесах ласують м'ясом дракона, а на землі м'ясом віслюка. **要**长寿，**吃**驴肉；**要健康、喝**驴汤 Хочеш довго жити, їж віслючину, хочеш бути здоровим, пий віслючий бульйон. 驴肉香，马肉臭 Віслюче м'ясо ароматне, а м'ясо коня має неприємний запах. **宁舍孩和娘，不舍**驴板肠 Краще кинути сім'ю, ніж відмовитися від страв з віслючого м'яса **吃了**驴肝肺，**能活一百**岁 Їстимеш віслючі нутрощі, доживеш до 100 років.

Після свинини друге місце за обсягами споживання в китайців займає куряче м'ясо. Частина фразеологізмів має кулінарний характер і є порадами щодо правил відбору якісного продукту.

百日鸡，**正好吃**。Стоденна курка найсмачніша.

鸡吃叫，鱼吃跳 Курку треба їсти, коли вона щойно квоктала, а рибу – коли вона щойно плавала.

宁吃飞禽四两，**不吃走**兽半斤 Краще з'їсти курки шмат, ніж м'яса худоби два шмати. Із цим прислів'ям тісно пов'язане інше **吃四条腿的猪,不如吃两条腿的**鸡 – Ніж їсти чотириногу свиню, то краще з'їсти двоногу курку.

Традиційна китайська медицина вважає куряче м'ясо ліками, на відміну від більшості видів м'яса худоби, яке вважається лише їжею.

鸡肉是济世良药 Куряче м'ясо є панацеєю від усіх хвороб.

逢九一只鸡，**来年好身体***Кожні 9 днів взимку з'їдай одну курку, будеш здоровим цілий рік*. Традиційно зима в Китаї ділиться на дев'ять дев'ятиднівок, тому вважалося, що в кожен такий період дуже важливо з'їсти хоча б одну курку. Це пов'язано з тим, що, на думку китайців, м'ясо курки є потужним джерелом енергії "ян", а взимку організм потребує більше поживних речовин і енергії, щоб краще протистояти холоду й закласти на наступний рік міцний фундамент для імунітету.

Немало фразеологізмів у китайській мові присвячено і продукції курей – яйцям.

黑鸡下白蛋. *Чорна курка несе білі яйця*. Не можна судити про людину або будь-яку річ за зовнішнім виглядом. 鸡蛋里挑骨头*Шукати у яйці кістку*. Висувати надмірні вимоги,

присікуватися.**臭蛋孵不出小**鸡。*З тухлого яйця курча не вилупиться*. Із зіпсованої дитини не зможе вирости достойна людина.**拿**鸡蛋往石头上碰*Яйцем стукнути об камінь*. Це прислів'я має декілька значень, які відрізняються між собою. Слабкому сильного не подолати. Не розрахувати сили, або постраждати зі своєї ж вини. Самому накликати на себе біду.蚂蚁不钻没缝的鸡蛋*Мурахи не залізуть у яйце, у якому немає тріщини*. Якщо ти поводишся достойно, то тебе не зможуть схилити до поганих вчинків.

Серед інших існує в китайській мові й невелика за кількістю група метеорологічних фразеологізмів, яка фіксує атмосферні явища, які, як правило, пов'язані з китайським традиційним місячним календарем.

六月六，晒得鸡蛋熟6 червня так спекотно, що можна яйця смажити.

Наступна група фразеологізмів пов'язана з маловживаним за межами Китаю видом м'яса – собачиною. Є певні археологічні свідчення, що ханьці почали споживати м'ясо собак як мінімум за 5 століть до нашої ери. Китайці завжди чітко розділяли собак-домашніх тварин, які, як правило, виконували охоронні або мисливські функції, і так званих собак-свиней, які вживалися у їжу. Собачина завжди вважалася м'ясом "другого ґатунку", що знайшло своє відображення у таких фразеологізмах.

狗肉不上桌 Собачатину на пристойний стіл не поставлять.

狗肉上不得台盘，**稀泥巴糊不上壁***Собачатину не подають пристойним гостям, а рідка глина не утримається на стіні*. Недостойну людину не варто виводити у світ.

挂羊头卖狗肉*Повісити баранячу голову, а продавати собачатину*. Дурити людей, видаючи одне за інше.

Водночас китайці високо цінували смакові й лікувальні якості цього виду м'яса.

狗肉滚三滚，神仙站不稳 Якщо святий почує запах добре вареної собачатини, навряд чи зможе встояти.

闻到狗肉香，**神仙要跳**墙 Почувши смачний запах собачатини, навіть святий переплигне через стіну.

不食狗肉，不知天下大味 Хто не їв собачатини, той не їв нічого смачного.

吃了狗肉暖烘烘，不用棉被可过冬 Як з'їси собачатину, то стає так тепло, що зимою й без ковдри можна обійтися.

喝了狗肉汤，**冬天能把棉被当** Після супу з собачини, ковдру можна віднести до ломбарду.

秋风起，**狗肉肥**Як осінній вітер піднімається, собачина смакує найкраще. Вважається, що холодна пора року є найліпшим часом для смакування собачатини.

Часто на столі у китайців, особливо у тих, хто мешкав поблизу водойм та на морському узбережжі, з'являлися риба, молюски, черепахи та ракоподібні. Китайці завжди віддавали перевагу живій рибі, і це відобразилося у фразеологізмі**肉是肥的好**鱼是活的好 Найсмачніше м'ясо – жирне, найсмачніша риба – жива.

Оскільки це особливий вид їжі, від вибору риби й морепродуктів може залежати здоров'я і навіть життя. Про це і попереджають прислів'я.

臭鱼烂虾送命冤家 Тухлі риба та креветки можуть і вбити. Зіпсовані продукти, особливо риба та морепродукти, можуть викликати важку хворобу, навіть призвести до смерті.

Особливості приготування страв із риби теж знайшли відображення у фразеологізмах.**千**滚豆腐万滚鱼 Риба як і тоуфу, чим довше готується, тим смачніше буде.

У китайських прислів'ях під назвою **河豚** "річковий дельфін" згадується риба-фугу, яку ми знаємо як делікатес японської кухні. Китайці, виявляється, із давніх-давен цінували цей сорт риби настільки, що готові були ризикувати своїм здоров'ям. **吃了河豚，百**样无味 Після того як ти з'їв рибу-фугу, усі інші страви втрачають смак. **死了也要吃河豚**Якщо навіть ти після цього помреш, то тобі все одно треба скуштувати рибу-фугу.

Серед фразеологізмів зустрічаються й такі, що згадують солону рибу, нагадуючи про наслідки її вживання. **少吃咸**鱼少口干Менше їси солону рибу – менше сохне у роті.

Як уже згадувалося, у китайські мові існує група фразеологізмів – медичних порад. Не винятком є і риба. Прислів'я попереджають, що надмірне вживання риби, як, між іншим, і м'яса, на відміну від овочів, може призвести до захворювання. 鱼生火，**肉生痰，青菜豆腐保平安** Риба може викликати лихоманку, м'ясо може викликати мокроту, а от овочі та тоуфу принесуть вам здоров'я.

Інші аквапродукти, у меншій кількості, але теж присутні у фразеологічному корпусі китайської мови.

吃一口鱿鱼等于四十口肥肉Один шматок кальмара дорівнює сорока шматкам жирного м'яса.

市上无鱼蛤蟆贵 Коли на ринку немає риби, то жаби дорожчають. Якщо не має якісної продукції, то не дуже якісна піднімається в ціні.

老龟煮不烂，**移**祸于枯桑 Якщо не можеш зварити стару черепаху, поклади цю турботу на стару шовковицю. Ні з того, ні з сього опинитися у важкому становищі.

На основі аналізу фразеологічних одиниць китайської мови з компонентами-назвами продуктів харчування тваринного походження ми прийшли висновку, що найкількіснішу групу утворюють фразеологізми, до складу яких входить ієрогліф **肉** "м'ясо". Китайські фразеологізми різного типу містять назви м'яса різних тварин, у тому числі таких, які споживаються, практично, лише китайцями. Усі вони відображають національно-культурну специфіку своєї мови й мають символічне прочитання завдяки сформованому культурою у свідомості людини глибокому змісту, а також завдяки тим культурним ідеям, основою для вираження яких спочатку були самі реалії.

Отже, етнокультурний код китайських фразеологізмів-гастронімів, у тому числі із компонентами-назвами продуктів харчування тваринного походження, виступає ідентифікатором національно-культурних традицій харчування, притаманних ханьському етносу, і разом з іншими культурними кодами репрезентує світосприйняття і спосіб життя народу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Снитко О. С.* Коди культури у мовній об'єктивації дійсності / О. С. Снитко // Studia linguistica. Зб. наук. праць КНУ ім. Т. Шевченка. – К. : ВПЦ "Київський університет", 2008. – Вип. 1. – С. 115–121.

2. E. N. Anderson, TheFoodofChina. – Yale: YaleUniversityPress, 1988.

3. **中国**饮食文化史/马健鹰编著. –**上海**：**复旦大学出版社**, 2011. – 148页.

4. **中国俗**语大辞典 / **王力**题主编. –**上海**：**上海辞**书出版社, 1991. – 1252页.

5. **俗**语辞典 / 编者：**徐宗才**, 应俊玲. – **北京**：**商**务印书馆, 1998. – 1043页.

6. 汉语谚语词典／**孟守介等**编著. – **北京**：**北京大学出版社**, 1991.

7. **常用**谚语词典/张毅编著. –**上海**：**上海辞**书出版社, 1987. – 424页.

8. **歇后**语大辞典/**王陶宇**编著. **四川辞**书出版社, 1988. – 829页.

Стаття надійшла до редколегії 18.04.2016 р.

Исаев С. С., ассист.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

ЭТНОКУЛЬТУРНЫЙ КОД КИТАЙСКИХ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ-ГАСТРОНИМОВ (НА ПРИМЕРЕ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ С КОМПОНЕНТАМИ-НАЗВАНИЯМИ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ ЖИВОТНОГО ПРОИСХОЖДЕНИЯ)

Исследуется этнокультурный код китайских фразеологизмов с компонентами-названиями продуктов питания животного происхождения. Особое внимание уделяется связям семантики фразеологизмов с кодами культуры и определению роли фразеологизмов как элементов этнокультурного кода.

Ключевые слова: *этнокультурный код, фразеологизм, гастроним, продукты питания животного происхождения, китайский язык.*

Isayev S. S., Assistant Professor
Taras Shevchenko National University of Kyiv

MANIFESTATION OF THE ETHNOCULTURAL CODE IN THE CHINESE IDIOMS WITH THE COMPONENTS – NAMES OF THE FOOD OF ANIMAL ORIGIN

The article explores the ethnocultural code of the Chinese phraseological units with components-names of food of animal origin. Special attention is paid to the correlation of idioms semantics and culture codes; specific role of idioms in the process of creation of ethnocultural codes is established.

Keywords: *ethnocultural code, idiom, names of food of animal origin, Chinese.*

УДК 398.91:070=161.2=134.2

Кармадонова С. М., студ.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ФУНКЦІОНУВАННЯ ПАРЕМІЙ У ПРЕСІ (НА МАТЕРІАЛІ УКРАЇНСЬКОЇ ТА ІСПАНСЬКОЇ ПЕРІОДИКИ)

Аналізується специфіка функціонування паремій у сучасній українській та іспанській періодиці, а також зміни, що відбуваються у пареміологічних текстах при використанні їх у пресі, пояснюється контекстуальна специфіка використання паремій у періодиці.

Ключові слова: *паремія, періодика, прислів'я, приказка.*

Сучасна журналістика широко використовує різні способи та прийоми подачі інформації задля привернення уваги потенційної читацької аудиторії. Важливим функціональним елементом тексту в новітній періодиці є заголовок, який бере на себе функції атрак-

тивності [6, с. 110], влучної номінації, максимальної нформативності, апеляційності або ж функції впливу на читача, а також графічно-видільну та експресивно-оцінну функції [8, с. 234].

У відтворенні цих функцій надзвичайно ефективним є використання пареміологічного матеріалу. Окрім того, паремії дають змогу широко використати в сучасній періодиці засоби художної виразності, метафори, сатиру, іронію, максимально стисло й інформативно використати етнічний код, для кращого сприйняття тексту.

До того ж паремії є яскравим зразком колективного бачення картини світу, а тому вони допомагають краще зрозуміти повсякденну реальність. Аргумент, підкріплений паремією, стає більш потужним і безапеляційним. Зокрема, прислів'я чи приказка може ставати маркуючим знаком моральних якостей та ідентифікації різних персонажів і спонукати до зміцнення тези.

Значення паремії може варіюватися залежно від контексту. Журналіст, використовуючи паремію, вкладає в неї своє розуміння та по-своєму трактує її.

Метою статті є дослідити та порівняти використання паремій усучасній українській та іспанській періодиці, пояснити функціональність використання паремій у пресі, простежити особливості контекстуального використання паремій, визначити специфіку функціонування паремій у сучасній періодиці.

Джерелом дослідження слугують українська періодика (газета "Львівська пошта", газета "День",газета "Дзеркало тижня. Україна" газета "Волинь", газета "Свобода") та іспанські періодичні видання "El País", "El Independiente".

Паремії можуть розташовуватися безпосередньо в самому тексті або бути заголовком статті. Можемо стверджувати, що паремії, розміщені в заголовку статті, несуть особливу функцію і утворюють контамінацію сенсів, накладаючи зміст власного пареміологічного виразу на специфічну, конкретну ситуацію.

Зокрема, Н. Г. Бондаренко стверджує, що заголовок є конструкцією зі слів, словосполучень і речень, яка утворюється з особливих смислових частин. Смислові частини, у свою чергу, призначені для залучення уваги до матеріалу, настанови на магістральний зміст публікації, маркування позиції автора і формування у читача конкретного настрою на сприйняття публікації [4, с. 236]. Саме тому важливо, щоб заголовок статті був коротким, водночас мав максимально інформативний характер і влучно характеризував зміст статті, створюючи інтригу для читача.

Т. А. Зинов'єва аналізує використання фольклорних паремій в інформаційному суспільстві як специфічних "метарозповідей", як текстів, побудованих за принципом подвійного кодування і стверджує, що переосмислення, іронізування прислів'їв вписується в постмодерністську ситуацію "заходу метанарацій". Дослідниця стверджує, що прислів'я та приказки є довершеними короткими фразами, які є загальнозрозумілими і які відсилають до класичних метанарацій та колективного досвіду [7, с. 164–165].

Зокрема, 6 листопада 2012 р. в іспанській газеті "El País" вийшла стаття під заголовком "En boca cerrada, no entran moscas" ("В закритий рот не залетить муха"), у якій йдеться про референдум, присвячений урізанню зарплати. "Antología derefranes españoles" трактує це прислів'я як рекомендацію говорити лише по справі [1, с. 161]. Імовірно, такою назвою статті підкреслено чітку й коротку форму, через яку підбито підсумки референдуму, причини та наслідки слабкої економіки країни та майбутні економічні прогнози.

Угазеті "ElPaís" 21 лютого 2013 р. вийшла друком стаття "En casa del herrero, cuchillodepalo" ("У хаті коваля дерев'яний ніж"), у якій Хесус Донсель Суарес (Jesús Doncel Suárez) коментує сутність нової трудової реформи. Прислів'я має свої аналоги в українському й російському пареоміологічних фондах. Аналогом серед українських паремій можна назвати прислів'я "Тесля завжди без воріт, а швець – без чобіт", а в російському фольклорі є приказка "Сапожник без сапог" [10, с. 53].

У цій же газеті 19 січня 1984 р. було надруковано статтю "'Don Carlos': cada cosa en su tiempo y en su sitio", у якій була розглянута проблема постановки опери "Дон Карло" в монастирі E lEscorial. Уцьому заголовку використано прислів'я "Cada cosa en su tiempo y ensusitio" [1,с. 80] ("Кожній речі свій час і своє місце"). В українському пареміологічному фонді є аналоги цього прислів'я: "Всякому овочеві свій час", "Все добре у свій час", "На все свій час" [10, с. 24], "Для втіхи – година, для праці – час" [9, с. 116]. У російському фольклорі аналогами є: "Всему своё время", "Всякому овощу своё время" [10, с. 24], "Делу время, потехе час".

Контекст надає прислів'ю або ж будь-якій паремії особливе потрактування. За допомогою паремії в пресі можна передати неприкриту іронію, критику і насмішку над цензурою, консолідацію з тими чи іншими політичними силами та висловити позицію особистого захисту. Зокрема, приказка або прислів'я, представлені в кожному з текстів, слугують стійким і беззаперечним аргументом, який слугує для підкріплення тези, що її захищає журналіст.

Фернандо Наварро Домінгес (Fernando Navarro Domínguez) і Франсіско Рамон Трівес (Francisco Ramón Trives) стверджують, що журналіст організовує тематичні елементи так, щоб дати змогу читачеві з легкістю зрозуміти тези. Тому будує аргументований дискурс, який завжди складається з трьох елементів: теза, аргументована основа та висновок. Присутність паремій, які увібрали в себе досвід багатьох віків, у текстах дозволяє журналістові релятивізувати, як не дивно, посилити або зміцнити свою аргументацію [3, с. 435], або, навіть, передбачати можливі контраргументи.

Іспанські журналісти часто звертаються до прислів'я "No hay que vender la piel del oso antes de haberlo matado" ("Не слід продавати ведмежу шкуру, перш ніж не вбив його"). Зокрема, у статті "Fisuras en el victorioso centro-derecha francés por el choque de intereses ante la segunda vuelta" (El País, 23/3/93) Хав'єр Валензуела (Javier Valenzuela) використовує цю паремію, характеризуючи результати виборів у Франції в 1993 р. [3, с. 436]. Із свого боку, Вазкес Монтальбан (Vázquez Montalbán) дещо трансформує її, критикуючи політику однієї з головуючих партій: "algunos barones y baronesas del PP ya estaban vendiendo la piel del oso antes de cazarlo" (El País, 12/6/95) [3, с. 437] ("деякі барони і баронеси з "Народної партії" вже розділили шкуру ведмедя, перш ніж вполювати його").

Українськими відповідниками паремії "No hay que vender la piel del oso antes de haberlo matado" є прислів'я: "Не вбивши ведмедя, не діли шкуру" , "Ще вовка не зловив, а вже шкуру пропив", "Не кажи "гоп", доки не пересокочеш" [10, с. 86], "З незабитої лисиці кожуха не шиють", "Не вір зранку днині, як молодій дівчині", "Не задирай носа, поки не забереш усього проса", "Не кажи, що міст перейшов, поки до нього не дійшов", "Не хвали день до вечора", "Не хвали ранок, поки не настав вечір", "Ще вовка не вбили, а шкуру продають", "Ще й риби не піймали, а вже юшку варять" [9, с. 38]. Вони також часто використовуються в періодиці. Зокрема, у газеті "День" (№ 89, 25 травня, 2004 р.) у статті "Парламент: патова ситуація?" паремія звучить у такому вигляді: "Безглуздо ділити шкіру невбитого ведмедя".

У цій же газеті знаходимо цікаве використання цього прислів'я. У статті "Shell і Chevron становлять реальну загрозу монополії "Газпрому" на українському газовому ринку", розглядаючи питання видобутку сланцевого газу в Україні, журналіст стверджує: "політики поки що ведуть мову навіть не про шкуру невбитого ведмедя, а про наявність цього звіра в лісі".

У заголовках статей української преси можемо знайти використання коротких форм паремій, зокрема,скорочування як приказок, так і прислів'їв. Приміром, у газеті "Львівська пошта" заголовок (№ 3 (1762), вівторок, 12 січня 2016 р.) "Говорили-балакали" – це скорочення приказки "Говорили балакали, сіли та й заплакали" [9, с. 99]. У тій же газеті інший заголовок (№ 29 (1788), вівторок, 15 березня 2016 р.) подано як "Хотіли як краще...". Маємо тут скорочення українського новітньої паремії "Хотіли як краще, а вийшло, як завжди". Це українська версія відомого афоризму російського політика В. С. Черномирдіна, якийбув послом Росії в Україні.

Безпосередньо в тексті використано прислів'я "Хочеш жити – умій крутитися" (газета "День"№ 189, (2000); "Волинь – незалежна громадсько-політична газета" № 1613, четвер, 5 грудня 2013 р.), "Сіль життя в тому, що воно не цукор" (газета "Свобода" 01.04.2013). У цих статтях потрактовується економічна ситуація в країні, і прислів'я в цьому контексті вдало акумулюють усвоєму змісті основну інформацію.

Для іспанської преси характерне використання приказки, а не прислів'я в заголовку статті. Зокрема, Франкоісе Дубоскет Лаірис (Francoise Dubosquet Lairys), аналізуючи використання паремій журналістом Антоніо Гала (Antonio Gala), наводить широкий ряд приказок. Як виявляється, особливо функціональною є приказка "El que fue a Sevilla", яку використав Антоніо Гала (Antonio Gala), яка походить із "Хроніки короля Енріке четвертого" Дієго Енрікез дель Кастільйо ("Crónica del Rey Enrique IV" Diego Enríquez del Castillo). Журналіст, застосовуючи цю приказку, характеризує розбрат у парламенті, викликаний через присутність теократичної партії, представником якої є Феліпе Гонсалес, із Севільї [2, с. 198].

"Antología de refraneses pañoles" пояснює повний текст прислів'я "El que fue a Sevill aperdió su silla" ("Той, хто пішов у Севілью, втратив своє місце") як попередження, що відсутність, зазвичай, призводить до втрати робочих місць. А також це прислів'я використовується, щоб ствердити, що ніхто не повинен відшкодовувати збитки за те, що має виконуватися добровільно [1, с. 153].

Антоніо Гала (Antonio Gala) використовує приказку "Ojosquenoven", піднімаючи питання падіння Берлінської стіни, і підкреслює поточне забуття спільнотою важливої суспільної події [2, с. 199].

Прислів'я "Ojosquenoven, corazónquenosiente" ("Очі, що не бачать, серце, що не шкодує") має аналоги в інших мовах. Зокрема, відповідниками цьому прислів'ю є українські прислів'я: "Зійде з

очей, зійде з думки", "Чого очі не бачать, за тим і не плачуть", "Чого очі не бачать, того й серцю не жаль" і російські: "С глаздолой, из сердца вон", "Чего глаза не видят, того сердцу не жаль" [10, с. 93].

У газеті "Дзеркало тижня. Україна" використано український відповідник цього прислів'я. Його вмонтовано в назву статті "Чого очі не бачать – того серцю не жаль. Десяткам тисяч українських моряків загрожує списання з іноземних суден". У статті аналізується питання затримки підписання угоди між Україною та Нідерландами з питання визнання дипломів моряків у межах переглянутої Конвенції ПДНВ-95 і пояснюється, чим зашкоджує непідписання такої угоди вчасно.

Хесус Руіз Мантілья (Jesús Ruiz Mantilla) у газеті "Elpaís" використав приказку в назві статті "García Lorca: ¿a la tercera va la vencida?". У статті йдеться про третій археологічний пошук місця захоронення Федеріко Гарсії Лорки. Приказка "A la tercera va la vencida" ("З третьою приходить перемога") має свій український аналог "Бог любить трійцю" [10, с. 12].

Ця приказка широко використовується і в українській пресі. Зокрема, в львівській газеті "Ратуша" це прислів'я використано під час коментування перемоги Кличка у двобої з Самуелем Пітером "Бог любить трійцю. Воістину – золоті слова. А з ними – і третя золота перемога команди Кличків".

Аналізуючи видозміни паремій усучасному побутуванні, Є. Є. Жигарина виділяє такі форми побутування пареміологічних текстів:

1- Традиційні, фольклорні тексти (стверджується, що ці тексти є не абсолютно незмінним рядом паремій, а найуживанішими текстами в будь-якій певній формі);

2- Відтворення прислів'їв за типовими моделями (при фронтальній зміні лексики);

3- Модифікації і трансформації текстів;

4- Мутації тексту;

5- Ламання інваріантної структури тексту, проте зі збереженням його смислової єдності [5, с. 21].

Ми можемо стверджувати, що більшість цих форм найбільш яскраво функціонують у періодиці, і це можна розглядати як один із напрямів сучасного продовження життя текстів усної традиції та їхньої новітньої інтерпретації. Отже, паремії, що функціонують у періодиці, дають змогу:

1- найбільш стисло та змістовно подати інформацію, завдяки семантичному плану, закріпленому віковим досвідом, що міститься в пареміологічних текстах;

2- застосувати відкриту й абсолютно неприховану сатиру та іронію;

3- закріпити беззаперечність аргументу або тези, завдяки неможливості спростування паремії й завдяки її безапеляційній рецепції;

4- привернути увагу до газетного заголовку, коли паремія бере на себе функцію атрактивності;

5- правильно композиційно організувати текст;

6- використати своєрідний етнічний код та етнічну модель для кращого сприймання тексту.

7- використовувати колективну підсвідомість у потрактуванні подій;

8- вносити оригінальне потрактування описуваних явищ і подій;

9- використовувати авторитетність паремії в певному риторичному контексті, щоб подана інформація сприймалась як апріорі правильна і точна;

10- створювати алюзії й інтертекстуальність поданої інформації.

Паремії у пресі впливають також і на психіку читача, оскільки акумулюють у собі зміст, закладений упродовж століть, етичні, естетичні, гносеологічні, онтологічні й космогонічні аспекти культури, уявлення про форми, у яких існує об'єктивна реальність, розуміння природи, людини та суспільства й водночас зберігають у собі фонд загальних символів. Вони вдало акумулюють у собі пораду, співчуття, попередження, виправдання, ствердження, пояснення та характеристику, майже не змінюючи свою форму з плином часу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Antología de refranes españoles* / Ilustrado por Pepe Pardo. – Madrid : Susaeta, 2001.

2. *Dubosquet-Lairys, Françoise*. "Paremia y prensa. Presencia y función de los proverbios, refranes y expresiones populares en la obra periodística de Antonio Gala." // Paremia, 6 (1997), 195–200.

3. *Navarro Domínguez, F.*; Trieves F. R. (1997): "El refrán y el proverbio en la prensa diaria española y suiza" // Paremia, 6: 433–438.

4. *Бондаренко Н. Г.* Видоизмененные пословицы и поговорки в заголовках на страницах современных газет // Современная філологія : материалы междунар. науч. конф. (г. Уфа, апрель 2011 г.). – Уфа : Лето, 2011. – С. 236–239.

5. *Жигарина Е. Е.* Современное бытование пословиц: вариативность и полифункциональность текстов / Е. Е. Жигарина : автореф. дисс. ... канд. филол. наук. – М., 2006.

6. *Зайцева В. В.* Типи метонімічних перенесень у структурі газетного заголовка / *В. В. Зайцева* // Ученые записки Таврического нац. ун-та им. В. И. Вернадского. Серия "Филология. Социальные коммуникации". – Т. 25 (64). – № 1. – Ч. 2. – С. 109–116.

7. *Зінов'єва Т. А.* Побутування фольклорної паремії в інформаційному суспільстві / Т. А. Зінов'єва // Культура України. – 2010. – Вип. 29. – С. 161–168.

8. *Микитів Г. В.* Інтерпретація газетних заголовків у сучасному інформаційному просторі / Г. В. Микитів, Т. В. Попруга // Вісн. Запоріз. нац. ун-ту. – Запоріжжя , 2010. – № 1. – С. 83–95.

9. *Северинюк В. М.* Тематичний словник популярних українських прислів'їв та приказок з коментарями ; 3-тє вид., доп. і перероб. / В. М. Северинюк. – Тернопіль : Навчальна книга – Богдан, 2014.

10. *Тарновська О. В.* Найбільш уживані іспанські прислів'я з українськими та російськими відповідниками = Refranero basico espanol / О. В. Тарновська. – К. : Логос, 2004.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. *Doncel Suárez J.* En casa del herrero, cuchillo de palo / Jesús Doncel Suárez. – El País, 21/02/2013.

2. *Ruiz Mantilla J.* García Lorca: ¿a la tercera va la vencida? / Jesús Ruiz Mantilla- El País, 5.02.2016.

3. *Méndez C.* En boca cerrada, no entran moscas / Cándido Méndez – El País, 6/11/2012.

4. *Rosa Alonso M.* 'Don Carlos': cada cosa en su tiempo y en su sitio / Maria Rosa Alonso – El País, 19/01/1984.

5. *Valenzuela J.* Fisurasen el victorioso centro-derecha francés por el choque de intereses ante la segunda vuelta" / Javier Valenzuela – El País, 23/3/93.

6. *Vazquez Montalban M.* Paciencia / Manuel Vazquez Montalban – El País, 12/06/1995.

7. *День*. – К. : ТОВ "Українська прес-група", 2013. – 26 квітня. – № 74.

8. *День*. – К. : ТОВ "Українська прес-група", 2004. – 25 травня. – № 89.

9. *Дзеркало тижня. Україна*. – К. : Преса України, 2001. – 21 грудня. – № 50.

10. *Львівська пошта*. – Л. : ТОВ "Професійна ліга",2016. – 15 березня. – № 29 (1788).

11. *Львівська пошта*. – Л. : ТОВ "Професійна ліга", 2016. – 12 січня. – № 3 (1762).

12. *Ратуша*. – Л. : Ратуша Редакція газети Львівської міської ради. – 2010. – 15 вересня.

Стаття надійшла до редколегії 16.04.2016 р.

Кармадонова С., студ.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ПАРЕМИЙ В ПРЕССЕ (НА МАТЕРИАЛЕ УКРАИНСКОЙ И ИСПАНСКОЙ ПЕРИОДИКИ)

Анализируется специфика функционирования паремий в современной украинской и испанской периодике, а также изменения, которые произошли в паремиологических текстах при использовании их в прессе, объясняется контекстуальная специфика использования паремий в периодике.

***Ключевые слова**: паремия, периодика, пословица, поговорка*.

Karmadonova S., student
Taras Shevchenko National University of Kyiv

FUNCTIONING OF PROVERBS IN THE PRESS (BASED ON UKRAINIAN AND SPANISH PERIODICALS)

The article analyzes the specifics of functioning of proverbs in modern Ukrainian and Spanish periodicals, as well as the changes that have occurred in paremiological texts when being used in the press.The contextual specificity of using proverbs in periodicals is explained.

***Keywords**:proverbs, periodicals, Spanish, Ukrainian, adage.*

УДК 811.162.1'342.3'38:821.161.1-1Кузнецов

Киреева Т. М., магистр
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

ФОНОСЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ЦЕРКОВНО-РЕЛИГИОЗНОГО И ЛИТЕРАТУРНО-ХУДОЖЕСТВЕННОГО СТИЛЕЙ РУССКОГО ЯЗЫКА

Посвящена сопоставительному исследованию фоносемантического уровня звучащей проповеди и поэмы, которые обращены к общей теме – Преображение Господне. Определено преобладание гласного звука [о], соответствующего светло-желтому, белому цвету. Установлена связь между звуко-цветовым соответствием и сакральной семантикой православного праздника.

Ключевые слова: *фоносемантика, функциональный стиль, звуко-цветовой символизм, звучащая проповедь, поэтическая речь.*

Одежды Его сделались блистающими,
весьма белыми, как снег,
как на земле белильщик не может выбелить.
(Мрк 9:3)

Интерес к изучению стилистического разнообразия русского языка среди отечественных лингвистов (А. П. Пешковский, Л. В. Щерба, Л. П. Якубинский, В. В. Виноградов, Г. О. Винокур, Р. А. Будагов, Б. Н. Головин, М. В. Панов, Д. Н. Шмелев) и проблема звукосимволизма (А. П. Журавлев, В. В. Левицкий, С. В. Воронин, Г. Н. Иванова-Лукьянова, И. Р. Гальперин, А. Б. Михалёв, Т. О. Дегтярева) определили **актуальность** данного исследования, которая заключается в обращении к двум функциональным стилям русского языка (церковно-религиозный и литературно-художественный) с **целью** проанализировать взаимодействие жанровых разновидностей этих двух стилей на фоносемантическом уровне (звуковой символизм). **Материалом** исследования послужили звучащая проповедь (произнесенная Блаженнейшим Митрополитом Киевским и всея Украины Онуфрием 19 августа 2014 г.) и отрывок из звучащей поэмы 2000-х гг. "Зрелость Христа" ("Путь на вершину лежит посреди облаков…") Юрия Поликарповича Кузнецова, который описывает историю Преображения Господнего.

Идея выделения функциональных стилей русского языка, в частности особого церковно-религиозного стиля, принадлежит таким ученым, как М. Н. Кожина, Л. П. Крысин, О. А. Крылова, Н. Н. Розанова, Л. М. Майданова и др. Впервые такую разновидность функционального стиля предложила выделять в 60-е годы создатель

М. Н. Кожина. В середине 90-х гг. XX века Л. П. Крысин обозначил стилистические признаки духовной речи [5]. Предложено следующее определение: "церковно-религиозный стиль – функциональная разновидность современного русского литературного языка, которая обслуживает сферу церковно-религиозной общественной деятельности и соотносится с религиозной формой общественного сознания" [9, с. 612]. Специфической стилистической чертой церковно-религиозного стиля является "символизация фактов и событий невидимого мира". По мнению М. Н. Кожиной, церковно-религиозная речь обязательно является символической, важнейшими средствами ее выражения выступают главным образом метафоры, аллегории, сравнения [4, с. 416]. Примеры из проповеди:"Спаситель взял с собой вместе трех Апостолов – Петра/ Иакова и Иоанна – это также символично //Толковники Святых Писаний говорят / что три Апостола преображают собой Веру / Надежу и Любовь // Апостол Петр преображает собой Веру / Апостол Иаков – Надежу/ и апостол Иоанн – Любовь //". "И это путь / который ведет человека к вечной жизни на небе"), (например, "лицо Его изменилось и просияло как солнце/ одежды сделались/ как снег/".

Центральной жанровой разновидностью церковно-религиозного стиля русского языка является проповедь [10, с. 613]. Исследователь религиозной коммуникации Н. Н. Розанова рассматривает храмовую проповедь, которая являет собой устный речевой жанр, хотя и ориентированный на нормы книжной речи [7]. Проповедь характеризуется такими коммуникативными признаками, как устность, монотонность, спонтанность, подготовленность. Устный характер проповеди создает условия для широкого использования просодии в качестве одного из наиболее ярких выразительных средств воздействия на адресата. Тема проповеди заранее обдумывается, но устное произнесение придает ей характер импровизации. Проповедь может включать в себя более мелкие жанры, композиционно и логически связанные друг с другом: *этикетное приветствие* (Во имя Отца и Сына и Святого Духа!), *поздравление* (Сегодня, дорогие братья и сестры, двунадесятый праздник Преображения Господнего), *рассказ-напоминание*, *пересказ Священного Писания,* цитаты: "Господи, как нам хорошо здесь быть, сделаем три кущи: тебе одну, Моисею одну и одну Ильи", "Сей есть Сын Мой возлюбленный, в Котором Мое благоволение; Его слушайте"), *объяснение* ("Преображение Господне открыло нам ещё раз таинство Боговоплощения, таинство того, что Спаситель, второе лицо Свя-

той Живоначальной Троицы, принял на себя человеческую плоть, пришедши на землю, Он стал истинным человеком, будучи истинным Богом. Во Христе неразлучно и нераздельно, и не слитно и неизменно соединились две природы – природа Божественная и природа человеческая"), *назидание*, *доказательство, наставление* ("Господь этим научает нас, что преображение человека бывает тогда, когда человек возвышает себя, восходит на гору, т. е. отрывается от земных дел, суеты, от земных попечений, и становится на молитву, на молитву смиренную, и в этой молитве человек делает себя способным вместить в себе ту славу Божию, ту благодать Божию, которая преображает человека, просветляет его, делает его благородным, чистым и святым"), *предостережение, призыв* ("мы призваны к тому, чтобы преображаться от силы в силу, и от низшей степени духовного совершенства к высшей","Мы должны слушаться не голоса своих страстей, а голоса Спасителя"), *пожелание.* Часто проповедь или какой-либо ее фрагмент завершается молитвенным призывом: Господи, помилуй нас грешных! [7, с. 355]. Таким образом, Н. Н. Розанова предлагает рассматривать храмовую проповедь с коммуникативных позиций. С этой точки зрения, коммуникативная структура данного жанра определяется соотношением трех основных компонентов: адресант (священник) – адресат (прихожане) – тема.

В отличие от специфических языковых особенностей церковно-религиозного стиля, литературно-художественный стиль "использует языковые средства всех стилей русского языка. Однако в художественном произведении эти средства выступают в измененной функции – в эстетической" [4, с. 393]. Обратим внимание на общую черту этих двух стилей – символичность.Так, художественная речь (в терминологии М. Н. Кожиной) "глубоко метафорична, поэтому все средства, в том числе нейтральные, призваны служить здесь выражению системы образов, поэтической мысли художника" (примеры в отрывке из поэмы "Зрелость Христа": "Встали бок о бок три ждущие молнию кедра/Петр, Иоанн, а о третьем спросите у ветра", "Частое слово клубилось: Иерусалим", "пустое сгустилось/ В белое облако, и на вершину спустилось") [4, с. 395].

Что касается понятия"звукосимволизма", которое в лингвистике определяется как "наличие непроизвольной связи между звучанием и значением слова" [6, с. 5], то внашем исследовании для определения фоносемантического уровня поэтической речи и проповеди как жанра церковно-религиозного стиля используются данные, полученные в работах А. П. Журавлева [2]. Ученый экспериментальным психолингвистическим методом изме-

рил символику всех звуков русского языка исчитал, что единственный возможный путь описания звуковой символики – перечисление оценочных признаков. Так, звуковая символика текста описывается путем перечисления оценочных признаков по 24 шкалам (биполярные шкалыпредставлены парами антонимичных прилагательных русского языка, в отличие от монополярных, состоящих из 20 оценочных признаков).

По мнению А. П. Журавлева, своеобразный аспект символики звуков речи представляют собой звуко-цветовые соответствия. Они имеют часто синестетическую основу и касаются лишь некоторых звуков. По мнению Р. Якобсона, "цветовую окраску" имеют только гласные [2, с. 50]. Под звуко-цветовым символизмом мы, вслед за Т. О. Дегтяровой, понимаем способность звуков стимулировать те или другие цветовые ассоциации [1, с. 10].

Для получения достоверных результатов мы опирались на работу А. П. Журавлева "Фонетическое значение, где экспериментальным путем установлен характер звуко-цветовых соответствий для русских гласных: "[а] – красный, ярко-красный; [і] – синий, голубой; [о] – желтый, светло-желтый, белый; [э] – зеленый, светло-зеленый; [u] – темно-зеленый; [ы] – темный цвет, темно-коричневый, черный" [2, с. 51]. Гласные звуки, будучи ассоциированы с цветом, начинают нести в себе некоторую долю информации. Нами было установлено, что синий (голубой) цвет, который в теории А. П. Журавлева соответствует гласному [і], в поэтической речи Юрия Кузнецова ассоциируется с Богородицей [3, с. 200–201].

В результате проведенного исследования было обнаружено, что в поэтической речи Юрия Кузнецова количество гласных составляет 43 %, согласных –57 %. Анализ проповеди показал, что гласных звуков – 42 %, согласных звуков –58 %. Данные свидетельствуют о превышении среднего разговорного стандарта процент (40 % и 60 % соответственно). В этих двух разностилевых жанрах обнаружен один гласный, который количественно преобладает – это звук [о], который в теории А. П. Журавлева соответствует *желтому, светло-желтому, белому цвету*. Объяснение полученного звуко-цветового соответствия следует искать в сакральной семантике праздника Преображения Господнего, которая отражена в Священном Писании и объяснена посредством проповеди.

Так, цвет в православной церковной традиции имеет свою символику. В праздник Преображения Господнего священнослужители облачаются в светло-желтые, белыеодеяния – это символическое перенесение слов Священного Писания,в котором описывается пре-

ображение Иисуса Христа, произошедшее на горе Фавор:"и преобразился пред ними: и просияло лице Его, как солнце, одежды же Его сделались белыми, как свет" (Мф. 17:2); "Одежды Его сделались блистающими, весьма белыми, как снег, как на земле белильщик не может выбелить" (Мрк. 9:3); "И когда молился, вид лица Его изменился, и одежда Его сделалась белою, блистающею" (Лк. 9:29).

Исходя из того, что "звуковая организация каждого функционального стиля находится в полном соответствии с его лексико-семантической структурой" [8, с. 6], на лексическом уровне в проповеди и поэме посредством колористических лексем создается образ чего-то светлого, блистающего, белого, а это в свою очередь реализуется и на фоносемантическом уровне количественным преобладанием звука [о] как в проповеди ([о] – 30,3 % всех гласных текста), так и в отрывке из поэмы "Зрелость Христа" Юрия Кузнецова ([о] – 25,2 % всех гласных текста).

В таблице представлены данные всех гласных проповеди (2202) и отрывка из поэмы (432)

	[а]	[э]	[і]	[и]	[ы]
проповедь на Преображение Господне	21,5 %	21,2 %	15,9 %	6,3%	4,8%;
отрывок из поэмы "Зрелость Христа" Юрия Кузнецова	19,4 %	19 %	21,5 %	8,8%	26; 6%

Таким образом, звуко-цветовой характер проникновения церковно-религиозного стиля в поэтическую речь Юрия Кузнецова обусловлен общей темой, к которой обращены проповедь и поэма "Зрелость Христа", т. е. сакральной семантикой, и наличием гласного[о], который, исходя из цветосемантики, можно ассоциировать с Фаворским светом.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. *Дегтярева Т. О.* Звукосимволизм в ретроспективе /Т. О. Дегтярева // Наукові записки Ніжинського держ. ун-ту ім. Миколи Гоголя. Серія : Філологічні науки. – Ніжин, 2010. – Кн. 2. – С. 52–54.

2. *Журавлев А. П.* Фонетическое значение / А. П. Журавлев. – Ленинград : Изд-во ленинградского ун-та, 1974.

3. *Киреева Т. М.* Звуко-цветовой символизм в поэме Юрия Кузнецова "Путь Христа" / Т. М. Киреева // Мовні і концептуальні картини світу : збірник / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – К. : ВПЦ, 2015. – Вип. 51. – С. 197–202.

4. *Кожина М. Н.* Стилистика русского языка / М. Н. Кожина. – М. Флинта : Наука, 2008.

5. *Крысин Л. П.* Об одной лакуне в системе функциональных стилей современного русского языка / *Л. П. Крысин* // Русский язык в школе, 1994. – № 3. – С. 69–79.

6. *Левицкий В. В.* Звуковой символизм. Мифы и реальность : монография / В. В. Левицкий. – Черновцы : Черновиц. нац. у-т, 2009.

7. *Розанова Н. Н.* Сфера религиозной коммуникации: храмовая проповедь / Н. Н. Розанова // Современный русский язык: социальная и функциональная дифференциация. – М., 2003. – С. 341–363.

8. *Степанова С. В.* Характер проявления фоносемантических особенностей звуков в различных стилях речи : автореф. дис. … канд. филол. наук : 10.02.01 / С. В. Степанова. – Калуга, 1998.

9. *СЭС* – Стилистический энциклопедический словарь русского языка ; под. ред. М. Н. Кожиной. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Флинта; Наука, 2006.

10. *Шмелев А. Д.* Языковые особенности различных видов религиозного дискурса / А. Д. Шмелев // Язык в движении. К 70-летию Л. П. Крысина. – М., 2007.

ИСТОЧНИКИ ИЛЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРИАЛА

1. *Кузнецов Ю. П.* Крестный ход. Стихотворения и поэмы / Ю. П. Кузнецов. – М. : СовА, 2006.

2. *Проповідь на Преображення Господнє* [Електронний ресурс]. – Режим доступу від 07.09.2015: https://www.youtube.com/watch?v=DEVbg3yqwgU

Стаття надійшла до редколегії 18.04.2016.

Кіреєва Т. М., магістрант,
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, Київ

ФОНОСЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ЦЕРКОВНО-РЕЛІГІЙНОГО ТА ЛІТЕРАТУРНО-ХУДОЖНЬОГО СТИЛІВ РОСІЙСЬКОЇ МОВИ

Присвячено порівняльному дослідженню фоносемантичного рівня проповіді та поеми, які звернені до спільної теми – Преображення Господнього. Встановлено кількісну перевагу голосного звука [о], який відповідає світло-жовтому, білому кольору. Виявлено взаємодію між звуко-кольористичною відповідністю та сакральною семантикою православного свята.

Ключові слова: *фоносемантика, функціональний стиль, звуко-кольористичний символізм, проповідь, поетичне мовлення.*

Kireieva T. M., student
Taras Shevchenko National University of Kyiv

PHONOSEMANTIC FEATURES OF RELIGIOUS AND LITERARY STYLE OF THE RUSSIAN LANGUAGE

The article investigates the phonosemantic level of a sounding sermon and a poem addressing the common theme of the Transfiguration of Jesus. Our research has established the quantitative prevalence of the vowel sound [o], whichconveys the meaning of light yellow and white colours. Correlationbetweenthesound-colour symbolism and sacral semantics of the Orthodox holiday has been revealed.

Keywords: *phonosemantics, functional style, sound-colour symbolism, soundingsermon, poetic speech.*

УДК 811.133.1:081.2

Клименко Л. В., канд. філол. наук, наук. співроб.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

СЕМАНТИЧНИЙ ПРОСТІР ФЛАНЕРСТВА

Присвячено аналізу семантики феномену фланерства як особливого типу поведінки в міському середовищі, значущого французького соціокультурного явища XIX ст. Проведено семантичну інтерпретацію когнітивних ознак фланерства, змодельовано семантичний простір феномену, здійснено його представлення у вигляді пропозиційної структури.

Ключові слова: *фланерство, фланер, міське середовище, семантична інтерпретація когнітивних ознак, пропозиційна структура, семантичний актант, семантичний предикат, семантичний простір.*

"Rome est déchue de sa splendeur, la reine des cités a cédé sa couronne à Paris (...) qui a si bien remplacé Rome à la tête de l'univers!" [1, с. 7], – писав Гійом Аполінер про Париж, який, за словами поета, від початку XIX ст. постав на чолі всесвіту. Ця зауважа дає уявлення про вагомість французької метрополії, яка після французької революції 1930 р. отримує статус світової столиці задоволень та розваг, які внаслідок знищення монархії виходять поза межі королівського двору та приватних салонів, а Париж стає осередком особливого способу буття, так званого *art de vivre à la française.* Відтепер "радості життя" концентруються на його бульварах і в пасажах [2], саме тоді фланерство стає впізнаваним типом соціальної практики у місті, сутність якої проявляється у характерній комунікативній поведінці людини - фланера, зазвичай вільного перехожого, який регулярно здійснює безладні, хаотичні за схемою променади, тиняється міським простором задля споглядання, спостереження за тим, що (або хто) привертає увагу, видається цікавим і захоплюючим [3]. Фланерство, яке ніколи не було офіційною формальною практикою, радше способом буття, виникло як реакція на втрату символічного ціннісного капіталу соціокультурних традицій режиму монархії і королівського двору, як намагання знайти заміщення, нове втілення цього надбання. Унаслідок цього в урбаністичних умовах нового, буржуазного суспільства відбувається зародження іншого типу аристократії, *"une nouvelle aristocratie – celle de la pensée, de la poésie, de l'intelligence... – réalisée dans le monde réel de la ville"* [7].

Осмислення феномену фланерства у французькій художній літературі XIX ст. дає надзвичайно плідний матеріал для дослідження цього соціокультурного явища. На сторінках літературних творів фланер часто конкретизується як художній персонаж і стає узагальненим образом реальних історичних осіб, або ж вигаданим героєм. Роздуми фланера, результати його спостережень, деталі, вхоплені авторами творів із облич, манер, характерної поведінки – це відчута й осмислена реальність, закріплена в знаках, яка отримує втілення в художній образах. Багато тогочасних письменників, художників утілюють задуми у творах, звертаючись не лише до сили художньої уяви, але й спираючись на життєвий досвід і власні спостереження. Так фланером був Оноре де Бальзак, який регулярно здійснював променади паризькими бульварами, одягнений у фрак не першої свіжості, погано підібраний жилет і з тростиною з набалдашником – світським аксесуаром, незмінним атрибутом фланера. Окрім Бальзака фланерами були Альфред де Мюссе, Теофіль Готьє, Шарль Бодлер, Стендаль, Гійом Аполінер, – тобто майже вся еліта паризької літератури XIX ст.

Специфіка фланерства як соціально-культурної практики XIX ст., особливості цього типу поведінки, викликали і продовжують викликати неабияке зацікавлення також і в дослідників-науковців, а феномен фланерства неодноразово ставав об'єктом наукової рефлексії історичного, літературознавчого, соціологічного, культурологічного спрямування [4–8]. Визначалося, що фланер поводиться у відповідності до рольових приписів, а роль як загальна схема поведінки складає основу змісту його дій. На думку В. Беньяміна, який увів ситуацію фланерства в аналіз культури як центральний концепт і символ сучасного міста [9], поняття фланерства виникло на позначення характерної поведінки поетів й інших інтелектуалів у місті: *"L'activité du flâneur consiste principalement à se balader et à traîner, à scruter les environs, mais également à analyser la modernité dans une perspective critique"* [8].

Якщо історичний і соціокультурний контексти фланерства дістали значної розробки у науковій рефлексії, а дослідники-літературознавці неодноразово розкривали художню значущість феномену на матеріалі творчості конкретних авторів, то досі фланерство не було **об'єктом** спеціального лінгвістичного дослідження. Це зумовило актуальність розвідки, **предметом** якої

є особливості семантичних ознак фланерства, виявлених у мовному матеріалі художньої літератури й наукових текстах, присвячених фланерству. **Завданням** роботи визначено їхній аналіз і подальше упорядкування з метою моделювання семантичного простору феномену з формальних позицій за допомогою **методики** інтерпретації виявленої когнітивної інформації й розгортання семантичних ознак у межах **матеріалу** дослідження, яким слугували тексти творів О. де Бальзака, Г. Аполінера, Ш. Бодлера, Л. Юарта, а також тематичні наукові публікації.

Визначити семантичні характеристики дозволив метод пропозиційного моделювання, адже пропозиція як структура репрезентації знань про певну ситуацію або подію характеризується істинністю й несуперечливістю (має константний характер). У логіці, звідки термін був запозичений, пропозиція репрезентує семантичну константу, судження, що відповідає істинному стану справ у світі дійсності і не містить внутрішньої суперечливості. У лінгвістиці пропозиція стала ототожнюватися з простими семантичними структурами: реченням, або логічним судженням. Ю. Караулов наголошував на універсальності пропозиційної структури як елементу всіх ментальних процесів. Зі становленням когнітивної лінгвістики пропозиція набуває статусу мисленнєвого аналога (прообразу) певної ситуації як складної семантичної структури з притаманними їй відношеннями, узагальненими і організованими у свідомості [10]. Сучасна семантика передбачає також і виявлення законів вираження уявлень про світ у мові й потенціалу мови в цьому контексті, моделювання мовної картини світу. За Ю. Апресяном семантичні утворення можна представити у вигляді пропозиційних структур – "семантичних образів ситуації" [11]. Отже, певна позамовна ситуація (або явище) як складне семантичне утворення може бути представлено як пропозиційна структура – узагальнена формула організації семантичних ознак у її межах.

Ядром пропозиційної структури є *семантичний предикат*. За Ю. Степановим предикати – це особливі семантичні сутності, їхня категоризація є "узагальненням об'єктивних явищ буття" [12, с. 312]. Завдяки валентнісному потенціалу семантичного предикату формується склад конструкції, до якої входять *семантичні актанти*, що заповнюють валентності семантичного предикату, є його мовним вираженням, містять фрагменти його смислу, позначаючи учасників ситуації або явища. У різних наукових концепціях відмічаємо термінологічні розходження при визначення понять на позначення цих елементів пропозиційної структури: актант, аргумент, семантичний

відмінок, валентність. У подальшому використовуватимемо термін актант, запропонований Л. Теньєром [22] на позначення активного учасника ситуації, її дійової особи (від фр. "*діючий*"). Множинність семантичних актантів ситуації або явища утворюють актантну структуру пропозиції й мають певні семантичні характеристики, що уможливлює їхню класифікацію. У теорії Л. Теньєра актанти протиставлено *сирконстантам*, що виражають другорядних учасників ситуації, які, на відміну від актантів, не входять до тлумачення її індивідуальної семантики. Вони вільно приєднуються до семантичного предикату, доповнюючи, але не визначаючи його. Теньєр наголошував на розмитості кордонів між актантами й сирконстантами при їхньому визначенні, зазначаючи, що теоретично цей кордон проходить між обов'язковими й необов'язковими учасниками ситуації та визначається тим, які з них необхідні для того, або повністю сформувати її семантичний простір [Там само].

Предикат пропозиції посідає чільну позицію щодо своїх актантів і сирконстантів, які кваліфікуються залежно від ролі, яку відіграють у ситуації. Як сам предикат, так і кожна з семантичних ролей актантів кодуються (об'єктивуються) певними мовними засобами – номінантами, що визначають обсяг і зміст семантичної конфігурації пропозиційної конструкції.

За таким принципом явище фланерства, розглянуте як семантичне утворення, може бути представленим у межах пропозиційної структури – умовного семантичного інваріанту ситуації.

Як формальну категорію у складі пропозиційної структури, яка за принципом розташування елементів не є лінійною структурою, виділяємо *семантичний предикат* і такі *семантичні актанти*: *актор/експерієнцер, об'єктив, інструментив, каузатор, локатив, темпоратив.*

Семантичним предикатом пропозиційної структури є *фланерство* – іменник процесно-кваліфікативного характеру, який ідентифікує, кваліфікує і виражає як процес фланерства – "*travelling" le long d'un ensemble de signes* [цит. за 7], так і стан фланера, який залежно від контексту може характеризуватися як *l'ivresse, la surdose, la catalepsie, la folie scientifique, la paresse, le desordre, la gloutonnerie* тощо. Семантичний предикат є центральним, активним елементом пропозиції, у якому вже міститься схема розгортання структури, де кожен потенційний актант має конкретну семантичну роль.

Актором ситуації, актантом зі значенням виробника дії є *фланер* – людина, активний, наділений волею й свідомістю учасник ситуації, що контролює плин подій. Він завжди одинак, що дає йому повну свободу для роздумів під час пересувань, це *promeneur solitaire ... doué d'une imagination active; un gai bohémien de l'intelligence* [18]. Семантичні характеристики *актора* в мовному визначенні явища та його дефініції можуть формуватися понятійними семантичними ознаками. Часто для цього використовуються образно-символічні (здебільшого метафоричні й метонімічні) номінації. Так, наприклад, у Бодлера фланер – це *le rodeur parisien,* або *le personnage romanesque* [18], у Бальзака – *le colporteur du sens de la ville* [цит. за 7]. Це колекціонер, який збирає знання, враження, інтуїтивний досвід міської реальності [19].

Важливо, що а*ктор* виконує семантичну роль ***експерієнцеру***, адже є носієм відчуттів і переживань від сприйняття інформації сенсорним (зоровим, слуховим) шляхом. Часто Бальзак порівнює фланерство з гастрономічною дегустацією: *"Flâner est une science, c'est la gastronomie de l'oeil"* [цит. за 7], а фланерство називає *"la friandise intellectuelle"*. Для Юарта фланерство – це смачне дозвілля*: "Enfin,le passage est le séjour préféré du flâneur ; c'est là qu'il mène une délicieuse existence, émaillée de cigares et de coups de coude"* [19, с. 68]

Дії *актору-експерієнцеру*, як правило, спрямовані на ***об'єктиви*** – актанти на позначення того за чим/ким спостерігає фланер, що привертає його увагу або тих, хто викликає в нього зацікавлення. За Бальзаком – це "*les gravures des marchands d'estampes, les spectacles du jour, les friandises des cafés, les brillants des bijouteries, tout vous grise et vous surexcite"* [20]. У центрі уваги фланера – театральність життя міста, *une vaste scène de théatre*.

Інструментив репрезентує способи дії й засоби, що використовує *актор* у діяльності. Для фланера характерно перебувати в русі відносно міста. Він або хаотично тиняється вулицями та бульварами, *"il va, il court, il cherche"* за Бодлером; або ж як на вітрині сидить за найближчим до вулиці столиком ресторану з келихом вина або філіжанкою кави. Це не лише дає змогу спостерігати за рухом міста, роздивлятися людей, що рухаються повз, така позиція робить фланера самого об'єктом уваги.

Зір є головним засобом освоєння фланером урбаністичної дійсності, яку він сприймає і вивчає як картину. Погляд фланера вилучає з оточуючої дійсності окремі незвичні деталі або цікаві обличчя, неспішно й пильно роздивляється їх із простою цікавістю, смакуючи подробиці: *"la boulimie de l'oeil est volonté de connaissance, appétit de consommation, désir d'appropriation encyclopédique"* [7].

Каузатор – актант на позначення явища, що обумовлює фланерство, є його причиною. Метою фланерства є отримання ментального задоволення від самого процесу, *la jublation sersorielle proche d'une activité sublimatoire* [7]. Це може бути й насолода від споглядання й інтелектуального осмислення міської дійсності – *art de jouir de la ville*, так і задоволення від перебування в натовпі – *plaisir d'être dans la foule*. Є й інший прояв фланерства, як у бальзаківського антиквару з роману "Шагренева шкіра" який був фланером у свій незвичний спосіб. Він робив це подумки, не виходячи з оселі отримував ментальну насолоду від думки про володіння своїм уявним скарбом. *" La pensée est la clef de tous les trésors, elle procure les joies de l'avare sans en donner les soucis"* – писав Бальзак [23].

Локатив – актант місця дії, яка завжди відбувається в урбаністичному середовищі, на вулицях міста, або *le Boulevard* – Бульварі з великої літери. Цю власну назву-гіперонім узагальнено отримав географічно обмежений перелік кварталів Парижу, де того часу мешкала ліберальна буржуазія: *"Inseparable du prestigieux boulevard des Italiens avec lequel il se confond1, Coblentz ou Petit-Coblentz, en 1795, boulevard de Gand en 1815, le Boulevard occupe, tout au long du XIXe siècle, une place à part dans l'imaginaire des representations textuelles de Paris et de son espace public festif"* [2].

Темпоратив – часовий конкретизатор, який вказує на *час,* коли/протягом якого відбувається дія. Фланерство як феномен сформувалося й характеризує конкретну культурно-історичну добу в XIX ст., за Бальзаком *"Le boulevard a monté vers son apogée a partir de 1830"* [20].

Усі виявлені семантичні маркери віддзеркалюють культурно-ціннісну національну домінанту – стереотипи, етичні канони, що свідчать про важливість феномену фланерства саме для французького суспільно-історичного контексту. Констатуємо множинність і неоднорідність семантичних характеристик, полісемічність визначень і тлумачень, що є свідченням поліморфності фланерства як соціокультурного явища.

Семантичні ролі (валентності) актантів у межах змодельованої семантичної структури ситуації фланерства є обов'язковими і передбачають необхідність заміщення вакантних актантних позицій при семантичному предикаті. Проте поза соціо-історичним контекстом деякі валентності можуть залишитися незаповненими, а компоненти, що їх реалізують, не входити до необхідного оточення ядра пропозиції. вважаємо, що семантичний предикат і такі семантичні актанти, як каторреципієнцер, об'єктив, інструментив, каузатор заміщують обов'язкові

семантичні ролі, а актанти локативу та темпоративуможуть ставати сирконстантами. Перспективою дослідження й шляхом апробації висунутої гіпотези вважаємо можливість застосування визначеної теоретичної моделі фланерства як прообразу для семантичного моделювання інших феноменів і ситуацій, як-от, наприклад, ситуації веб-серфінгу (*web-surfing*) – переміщення по гіперпосиланням на сторінках вебсайтів у мережі Інтернет, пртотипом якого ймовірно є фланерство (предмет нашого окремого дослідження).

Таким чином, фланерство – національну французьку соціокультурну практику, феномен визначеної історичної доби, відображений у мовній свідомості, було представлено у вигляді пропозиційної структури – узагальненої формули організації семантичних ролей і ознак у її межах, теоретичного аналогу ситуації. Мовний матеріал дав змогу проаналізувати онтологічну сутність фланерства, дослідити історичний контекст, визначити соціокультурні особливості середовища, здійснити розгортання семантичних ознак і зрештою, змоделювати семантичний простір феномену.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Guillaume Apollinaire. Les Onze Mille Verges ou les amours d'un hospodar, roman illustré par Tanino Liberatore, Drugstore, 2011.

2. *Goffette Jean-Dominique.* Le Boulevard, espace de référence de la ville moderne et scène de la vie parisienne balzacienne et flaubertienne. Actes du IIIe congrès de la SERD a porté sur " La Vie parisienne, une langue, un mythe, un style ", Paris 7–9 juin 2007, édités par Aude Déruelle et José-Luis Diaz (mise en ligne octobre 2008), [en ligne], URL: http://etudes-romantiques.ish-lyon.cnrs.fr/vieparisienne.html (consulté le 17.04.2016)

3. *Симбирцева Н. А.* Фланер как интерпретатор текста культуры // Современные проблемы науки и образования. – 2012. – № 5; URL: http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=6959 (дата звернення: 04.02.2016).

4. *Lee Changnam* " Le flâneur urbain et la masse-nomade. Réflexion inspirée des textes de Benjamin et de Kracauer dans les années 1920-1930. ", *Sociétés* 2/2011 (n°112), p. 123–135. [en ligne], URL : www.cairn.info/revue-societes-2011-2-page-123.htm.

5. *Featherstone, M.* The Flâneur, the city and virtual public life "*, Urban Studies*, nº 35, – 1998, – p. 909–925.

6. *Morawski S.* The hopeless game of flânerie, dans K. Tester (dir.)*, The flâneur*, Londres, Routledge, – 1994, – P. 181–197.

7. *Loubier P.* Balzac et le flâneur , *Année balzacienne*, nº 2, 2001, – p. 141–166.

8. *Benjamin Walter.* Paris, capitale du XIXe siècle, 1939. Une édition électronique réalisée à partir du texte de Walter Benjamin, " Paris, capitale du XIXe siècle ", " exposé " de 1939 – écrit directement en français par W. Benjamin – in Das Passagen-Werk (le livre des Passages), Frankfurt am Main, Suhrkamp Verlag, 1982, pages 60 à 77. [en ligne], URL: http://classiques.uqac.ca/classiques/benjamin_walter/paris_capitale_19e_siecle/Benjamin_Paris_capitale.pdf.

9. *Карповець М. В.* Фланер як особлива модель ідентичності в урбаністичній теорії В. Беньяміна / М. В. Карповець // Наукові записки нац. ун-ту "Острозька академія". Сер. : Культурологія. – 2009. – Вип. 4. – С. 11–15. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoakl_2009_4_5.

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

11. *Лексическая семантика:* синонимические средства языка / Ю. Д. Апресяню – М. : Наука, 1974. – 368 с.

12. *Степанов Ю. С.* Имена. Предикаты. Предложения: Семиологическая грамматика. – М. : Наука, 1981. – 360 с.

13. *Loubier Pierre* Balzac et le flâneur, *L'Année balzacienne* 1/2001 (n° 2), p. 141–166. [en ligne], URL : www.cairn.info/revue-l-annee-balzacienne-2001-1-page-141.htm. DOI : 10.3917/balz.002.0141 (consulté le 12.04.2015).

14. *Lee Changnam* " Le flâneur urbain et la masse-nomade. Réflexion inspirée des textes de Benjamin et de Kracauer dans les années 1920–1930. ", *Sociétés* 2/2011 (n°112), p. 123–135 [en ligne], URL : www.cairn.info/revue-societes-2011-2-page-123.htm.

15. *Maffesoli M*. 1985, Le paradigme esthétique : la sociologie comme art, *Sociologie et Sociétés*, nº 17, p. 33–40. DOI : 10.7202/001461ar.

16. *Giddens, A.* The consequences of modernity. – Cambridge : Polity Press, *1991*.

17. *Sennett R.* The conscience of the eye: The design and social life of cities, New York, Alfred A. Knopf, 1990.

18. *Baudelaire Charles.* Le peintre de la vie moderne. Essaie. – 1859. [en ligne], URL://www.baudelaire.litteratura.com/?rub=oeuvre&srub=cri&id=29&s=1#.V0Qfgk1JnIU(date d'accès 12.06.2015).

19. *Louis (Adrien) Huart*. Physiologie du flâneur / par M. Louis Huart ; vignettes de MM. Alophe, Daumier et Maurisset. 1841. [en ligne], URL:// http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k62352r.pdf. (date d'accès 12.02.2015)

20. *Honoré de Balzac* Physiologie du mariage, Petites Misères de la vie conjugale, Pathologie de la vie sociale: Traité de la vie élégante, Théorie de la démarche, Traité des excitants modernes, introduction, notices et notes, Paris, Classiques Garnier / Le Monde. – t. 23. – 2009.

21. *Honoré de Balzac* Théorie de la démarche, Gallimard, 1981.

22. *Теньер Л.* Основы структурного синтаксиса ; Пер. с фр. – М. : Прогресс, 1988.

23. *Honoré de Balzac* La peau de chagrin. Paris 1830-31. [en ligne], URL:// http://www.biblioteca.org.ar/libros/168020.pdf

Стаття надійшла до редколегії 27.04.16.

Клименко Л. В., канд. филол. наук, науч. сотр.
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

СЕМАНТИЧЕСКОЕ ПРОСТРАНСТВО ФЛАНЕРСТВА

Посвящена анализу семантики феномена фланерства как особенного типа поведения в городе, значимого французского социокультурного явления XIX ст. Проведена семантическая интерпретация когнитивных признаков фланерства, смоделировано семантическое пространство фланерства, осуществлено его представление в виде пропозиционной структуры.

Ключевые слова: *фланерство, фланер, городская среда, семантическая интерпретация когнитивных признаков, пропозиционная структура, семантический актант, семантический предикат, семантическое пространство.*

Klymenko L. V., PhD., research worker
Taras Shevchenko National University of Kyiv

FLANERIE's SEMANTIC SPACE

The article is devoted to the flanerie's phenomenon semantic analysis. As a significant XIXth centuries' French sociocultural fact the flanerie has been considered as a special type of the behavior in the urban environment. The flanerie's cognitive features semantic interpretation has been realized. The article's result is a model of the flanerie's semantic space represented as a propositional structure.

Key words*: flanerie, flaner, urban environment, cognitive features semantic interpretation, propositional structure, semantic actant, semantic predicate, semantic space.*

УДК 81'27

Ковальов І. С., асп.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ОКАЗІОНАЛЬНІ РЕГІОНАЛІЗМИ В СИРІЙСЬКИХ ЗМІ

Дослідження розвитку арабської мови неможливе без вивчення особливостей функціонування регіоналізмів сучасної арабської літературної мови. Беручи до уваги стрімкі події, що відбуваються в Сирії протягом останніх років, саме в ЗМІ цієї країни знаходить відображення новоутворена лексика. Унаслідок тривалої громадянської війни виокремився пласт регіонально маркованої лексики, яку необхідно дослідити.

Ключові слова: *ЗМІ, регіоналізм, лексика, мова.*

Регіоналізми сучасної арабської літературної мови Сирії цікавили дослідників протягом тривалого часу, проте через ті чи інші об'єктивні причини й обставини проведення скрупульозного дослідження не було можливим. Більше того, нові регіоналізми виникають повсякчас і здебільшого зумовлені відповідними політичними, економічними й соціальними факторами [3, с. 23].

У вітчизняній і зарубіжній арабістиці є всього лише декілька робіт, присвячених проблематиці регіонально маркованої лексики (Блінов А. А, Сівков І. В.). Це певною мірою пов'язане з поглядом самих арабів на особливості своєї мови, які дуже часто виступають за консервативний підхід до вивчення мови. Більш

глибоке вивчення глобальної проблеми територіальної диференціації арабської літературної мови може вирішити багато нагальних проблем сучасної науки.

Виходячи з політичного сьогодення та теперішніх реалій, враховуючи військові дії та стрімкі політичні процеси, станом на початок 2016 р. саме в Сирії найактивніше серед усіх арабських країн відбуваються різноманітні політичні та соціальні процеси, які негайно знаходять своє відображення в засобах масової інформації країни та всього арабського регіону. Більше того, навіть до початку вищезазначених подій проблему сирійських регіоналізмів майже не висвітлювалася в наукових працях, незважаючи на те, що вона завжди становила надзвичайно цікавий і, головне, цінний матеріал для дослідження.

Ця проблема стає ще більш актуальною в контексті стрімких змін, які відбуваються не лише в арабському регіоні, а й в усьому світі, адже якщо навіть представникам арабських народів інколи важко порозумітись (або навіть просто зрозуміти один одного), то людям, які мають відношення до арабської мови (працюють перекладачами чи викладають) просто необхідно володіти певними знаннями в галузі застосування та функціонування регіональної лексики, уміти розрізняти її та, залежно від контексту, використовувати правильний відповідник при перекладі рідною мовою.

Найбільш значний пласт сирійських регіоналізмів зосереджений усуспільно-політичній і військовій сферах.

Через події, що відбуваються в Сирії впродовж останніх років, які спостерігав та продовжує спостерігати надалі весь світ, саме в цій країні за відносно короткий період виникла велика кількість так званих політично-, військово- і так далі забарвлених ситуативних регіоналізмів, які не мають відповідників як ужодній з арабських країн, так і в решті країн світу.

Заворушення, які згодом переросли в Арабську весну (الربيع العربي) – серію масових вуличних протестів, революцій і внутрішніх військових конфліктів у ряді арабських країн, почалися наприкінці 2010 р. у Тунісі йі тривають у деяких країнах донині. Поштовхом до початку протестів стало самоспалення туніського вуличного торговця фруктами Мухаммеда Буазізі (محمد البوعزيزي), вчинене 17 грудня 2010 р. на знак протесту проти свавілля поліції, яка конфіскувала його товар. Унаслідок цього в Тунісі розгорілися масові протести, що призвели до відставки багаторічного президента (з

1987 р.) Зін ль-АбіддінабнАлі (زين العابدين بن علي) уже 14 січня 2011 р. Успіх Жасминової революції в Тунісі дав поштовх аналогічним акціям протесту в інших країнах арабського регіону, де здебільшого існують ті ж проблеми.

Сирійське населення не залишилось осторонь і також взяло активну участь у цих процесах, унаслідок чого відбувся його розкол на дві групи – першу, яка підтримує й захищає режим діючого президента Башара аль Асада(بشار الأسد), і тих, хто виступили проти його подальшого перебування при владі.

Наслідком цього розколу стала громадянська війна в Сирії, яка триває в країні й донині, і саме вона, власне кажучи, дала поштовх для появи всіх ситуативних регіоналізмів, які будуть розглянуті нижче і є притаманними виключно Сирії.

Розкол суспільства спричинив громадянську війну, із самого визначення якої випливає, що дві конфліктуючі сторони є громадянами однієї країни, а отже відбувсяі розкол в армії.

Із лав الجيش النظامي (регулярної сирійської армії), що виконувала накази президента, виокремилися так звані الجنود المنشقون[Sawra 05.10.2015] (досл. – солдати, які відкололись), загони бійців, які виступили на боці тих, хто не підтримав ідею подальшого перебування при владі нинішнього президента та його прибічників. Вони ведуть боротьбу проти військ, підпорядкованих нинішньому режиму, і отримали назву الجيش الحر [Ahbār 08.10.2015] (вільна армія).

Населення країни постійно та всіляко виражає своє невдоволення нинішнім режимом і вираз احتجاجات شعبية[Suriyā al-ḥurra 02.01.2014] (народні заворушення) заполонив шпальти сирійських газет.

За ним, новим "крилатим сирійським виразом", виникло словосполучення الاعتقالات التعسفية [Suriyā al-ḥurra 20.12.2015] (незаконні, необґрунтовані арешти), хвилі яких неодноразово прокотилися територією країни і стосувалися верств населення, які виявили невдоволення діючим українї режимом, люди були заарештовані та відправлені до в'язниць, доля багатьох із них досі залишається невідомою.

Як і сирійська армія, легітимна сирійська опозиція (المعارضة السورية) також розкололася на:

I -المجلس الوطني السوريةAhbār 23.12.2015] – *Національну раду Сирії* (знаходиться за межами країни та становить розрізнені групи вихідців із республіки, висланих свого часу за кордон, що мають обмежені повноваження у країні і вимагають негайного військового втручання з боку інших держав).

II – الهيئة التنسيقية للثورة السورية [Sawra 18.12.2015] *Координаційну Комісію сирійської Революції*, яка залишилася в Сирії та здебільшого складається з колишніх представників нинішнього режиму та великої кількості солдатів-дезертирів.

Таким чином, вислів انقسامات داخل المجلس الوطني السوري [Al-furāt 22.12.2015] (досл. – розколи в лавах Національної ради Сирії) також є досить часто вживаним, і його можна зустріти у всій арабомовній пресі, проте читаючи інформацію виключно про сирійські реалії.

У листопаді 2012 р. у Досі, Катар, було створено ще одну опо-
[Sawra 12.01.2013] الائتلاف الوطني السوري المعار
ональна опозиційна коаліція), або الائتلاف
الوطني لقوى الثورة والمعارضة [Suriyā al-ḥurra 25.12.2013] (досл. – Національна коаліція революційних сил та опозиції). Дана організація визнана більшістю арабських, європейських країн і США. Її представники неодноразово зверталися до вищезгаданих держав із проханням застосувати зброю проти Асада й допомогти الجيش الحر.

Дуже часто з телеекранів і шпальт газет у своїх заявах представники сирійської влади називають своїх опонентів, представників опозиції (المعارضة السورية) –المجموعات المسلحة الإرهابية [Ǧamāhīr 25.12.2015] (досл. – озброєні терористичні угрупування). Що є одним із широковідомих прийомів інформаційної війни й застосовується не лише в сирійських чи арабомовних ЗМІ.

Для ведення будь-якої війни обом сторонам потрібна зброя, у регулярних військ її вистачає, а для забезпечення опозиційних сил всім необхідним були потрібні люди, які постачатимутьїї. Як результат у сирійських ЗМІ з'явився новий термін– مهربو السلاح إلى سورية [Suriyā al-ḥurra14.11.2015] (досл. – контрабандисти зброї до Сирії) і були організовані й облаштовані так звані[Sawra معبر لتهريب الأسلحة 27.11.2015] – перевалочні пункти контрабандної зброї.

Із розгортанням конфлікту الجيش الحر [Suriyā al-ḥurra 03.12.2015] (вільною армією) і безперервними військовими діями, що ведуться на теренах країни, з'явився новий регіоналізм – عسكرة الثورة[Sawra20.11.2015] (досл. – мілітаризація революції) від дієслова عسكر : I розташовуватися табором; II воєнізувати [1, с. 515]. Цим терміном сирійці хотіли показати, що події в їхній країні не розгортатимуться відносно мирним шляхом, як це було в Тунісі, Лівані, Йорданії та деяких інших арабських країн, адже з кожним днем їхній розвиток набуває все більш жорсткого та стрімкого характеру, і остаточне врегулювання цього конфлікту не завершиться шляхом переговорів.

Із подальшим розвитком конфлікту виникло нове словосполучення – النازحون السوريون[Ğamāhīr 16.12.2014] (сирійські біженці), яке використовується для тих мешканців Сирії, які були змушені покинути її терени, рятуючись від обстрілів і безперервних бомбардувань الجيش النظامي [Suriyā al-ḥurra 02.10.2015] (регулярної армії). На цей момент проблема біженців досягла катастрофічного масштабу й загрожує внутрішній безпеці самої Сирії, її сусідів і навіть ряду європейських держав, що потерпають від безперервного потоку людей, які, рятуючись від війни, прямують до безпечніших районів.

Як результат поглиблення конфлікту та відповідних бойових дій, які не припиняються вже більше чотирьох років, у сирійській пресі дуже часто можна зустріти таке словосполучення як التمثيل بالجثث[Sawra 17.12.2015] (досл. – знущання над трупами), причому кожна з ворогуючих сторін звинувачує протилежну в повсякчасному застосуванні даної практики. Більше того, у пропрезидентських та опозиційних ЗМІ виник новий термін – التضليل الإعلامي[Sawra13.10.2015] (досл. – медіа омана). Сторони конфлікту заявляють, що їхні опоненти يستعمل ما يجري في سوريا لأهداق خاصة[Ahbār 25.03.2015] (досл. – використовують сирійські події у власних цілях).

Наразі доволі часто не лише в сирійській, а й в арабомовній пресі загалом можна зустріти передовиці газет, які починаються словами: الجيش النظامي, قوات الأمن و شبيحة…[Ahbār 23.01.2016], [Sawra14.11.2015], [Suriyā al-ḥurra 12.11.2015].

الجيش النظاميяк уже зазначалось вище, є сирійською регулярною армією, قوات الأمن [Sawra18.11.2015] – сили безпеки Сирії, а переклад слова شبيحة [Suriyā al-ḥurra 04.12.2015] неможливо знайти в жодному з існуючих наразі словників, адже воно є суто сирійським військово-політичним регіоналізмом, який утворився порівняно нещодавно, із розгортанням сирійцями революційного процесу та його систематичним придушенням урядовими військами.

Корінь слова شبيحة – شبح(I порода) [1, с. 390]має значення *протягувати руки вперед* або *комусь щось*, а дієсловоشَبَّحَ (II порода) – *жестикулювати, витягати руки* [1, с. 390], а відповідно іменник (أَشْبَاح) شَبَحٌ [39, с. 390] має значення:

- привид;
- видіння;
- незрозумілий силует;
- нечітка фігура.

Арабсько-англійський словник HansWehr. Arabic-English Dictionary [4, с. 423] дає такі варіанти перекладу:

- дух померлого, що приходить до того, хто ще живий;
- жива людина, мала вже померти;
- привид;
- щось примарне, надприродне.

Термін شبيحة використовується сирійськими повстанцями, الجيش الحر і місцевим населенням для позначення загонів військ особливого призначення президента країни Башарааль-Асадата проурядових бандитських угруповань, які уряд країни використовує для швидкого й жорсткого придушення повстань і заворушень чи розправ над місцевим населенням. Адже завдяки тому, що бійці شبيحة з'являються "неначе нізвідки" та зникають "ніби в нікуди", немов привиди, вони й отримали таку назву. Це добре натреновані та підготовлені люди, здебільшого з досвідом проведення військових операцій.

Проблематика й тематика сирійської преси змінилася кардинальним чином за останні роки і, відповідно, терміни та поняття, якими вона оперує, зазнали значних змін.

Зараз такі вислови, як من المدنسحب قوات الجيش النظامي [Ğamāhīr 11.02.2016] (вивід урядових військ з міст), اقتحام الجيش للأحياء السكنية [Ahbār 14.01.2016] (штурм армією житлових кварталів), مداهمة قوات الأمن للمنازل [Al-Fidā' 27.02.2016] (вторгнення військ особливого призначення та безпеки до осель), نخاء العنف من قبل جميع الأطراف [Ahbār 29.02.2015] (припинення насилля кожною зі сторін), які власне ще 5 років тому не були знайомі пересічному сирійцеві в контексті подій, які відбуваються у його країні, стали звичними і загальновживаними, і в арабському регіоні використовуються здебільшого у зв'язку з подіями, які відбуваються в Сирії.

вження війни режим нинішнього президента по-
, тому урядом було представлено нову кампанію دعم الليرة السورية[Suriyā al-ḥurra 14.12.2015] (досл. – підтримка сирійської ліри). Своєрідний заклик до громадян вкладати гроші в державні банки в національній валюті. Таким чином кожен зможе зробити свій внесок у перемогу над терористами.

Також виникло нове поняття منطقة عازلة(مع تركيا) [Ğamāhīr 19.02.2016] – буферна зона (на кордоні Сирії з Туреччиною), остаточно ще не визначеноплощу цієї зони, але на її територію не має поширюватися влада нинішнього президента Сирії, біженці зможуть безперешкодно розміститися в таборах, а бойові дії там не будуть вестись.

Вислів توقع تقسيم سورية إلى خمس دويلات [Al-furāt 15.03.2015] (розділення Сирії на п'ять невеличких держав), який є прогнозом більшості як арабських, так і європейських політологів, активніше вживається в сирійській публіцистиці.

Після початку військової операції проти تنظيم الدولة الإسلامية في العراق و))1.2016] Ісламської держави Іраку й Леванту езидентська регулярна армія отримала нову назву –الجيش العربي السوري[Suriyā al-ḥurra 12.01.2015] (досл. – сирійська арабська армія). Таким чином, офіційні ЗМІ республіки намагаються представити війська Асада як єдину армію, що захищає інтереси арабської частини населення країни від екстремістів і терористів.

Отже, з огляду на вищенаведені приклади можна з твердістю констатувати, що сирійська революція, яка продовжується й нині, дала поштовх до виникнення ряду ситуативних регіоналізмів, для багатьох із яких немає відповідників не лише в інших арабських країнах, а й у решті країн світу.

Вони утворилися за порівняно короткий час іта набули широкого розповсюдження не лише в сирійських ЗМІ, а й в арабомовних засобах масової інформації загалом. Ця група регіонально маркованої лексики характерна виключно для Сирії і не має відповідників у всьому арабському регіоні.

Головною їхньою особливістю є те, що як тільки Сирія пройде цей кривавий етап свого розвитку (припиниться громадянська війна, воєнні дії), потреба в більшості з цих регіоналізмів відпаде сама по собі, і вони швидше за все стануть історією.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Баранов Х. К.* Арабско-русский словарь / *Х. К. Баранов.* – М. : Русский язык, 1996.

2. *Блинов А. А.* Тунисский территориальный вариант арабского литературного языка и его отражение в прессе / А. А. Блинов // Вопросы истории, историографии, экономики и языкознания (сборник аспирантских статей). Институт востоковедения РАН. – М. : Макс-Пресс, 2008.

3.al-qur'anu 1-karTm. al-madlnatu 1-munawwarah. bagdad, 1418 higriyy.qamus 'arabiyy – 'inkllziyyqamus 'inklTziyy – 'arabiyy. bayriit, 2002.

4. *Hans Wehr*. Arabic-English Dictionary: The Hans Wehr Dictionary of Modern Written Arabic;Urbana. – IL 2008. – 1301.

Стаття надійшла до редколегії 18.04.2016 р.

Ковалев И. С., асп.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

ОККАЗИОНАЛЬНЫЕ РЕГИОНАЛИЗМЫ В СИРИЙСКИХ СМИ

Исследование развития арабского языка невозможно без изучения особенностей функционирования регионализмов современного арабского литературного языка. Принимая во внимание стремительные события, происходящие в Сирии в течение

последних лет, именно в СМИ данной страны находит отражение новообразованная лексика. В результате длительной гражданской войны выделился целый пласт регионально маркированной лексики, которую необходимо исследовать.
Ключевые слова: *регионализм, СМИ, лексика, язык.*

Kovalev I. S., postgraduate student
Taras Shevchenko National University of Kyiv

OCCASIONAL REGIONALISMS IN THE SYRIAN MEDIA

The study of the Arabic language is impossible without analyzing the functional aspect of regionalisms in modern Arabic language. Taking into account the rapid developments that have occured in Syria in recent years,the newly formed lexicon is particularly reflected in the mass media of the country. As a result of the long civil war, a layer of regionally marked regionalisms has been formed, whichshould be investigated.
Keywords*: media, regionalism, vocabulary, language.*

УДК 811.521'25:2-28

Козирєв Є. В., асп.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ОСОБЛИВОСТІ ВІДТВОРЕННЯ ЛЕКСИКИ З КОМПОНЕНТОМ *БЛАГ-* У ЯПОНСЬКИХ ПРАВОСЛАВНИХ БОГОСЛУЖБОВИХ ТЕКСТАХ

Викладено загальні риси передачі частотної лексики з компонентом благ- у японськомовних православних богослужбових текстах, окреслено роль церковнослов'янської мови для передачі сакральних смислів грецьких першоджерел.
Ключові слова*: церковнослов'янська мова, японська мова, грецька мова, богослужбовий текст, церковнослов'янізми.*

Говорячи про конфесійну лексику православної церкви, ми говоримо насамперед про церковнослов'янську мову. Церковнослов'янська мова належить до царини не лише церковної історії, а й усієї історії культур країн простору так званого SlaviaOrtodoxa (кириличне православне слов'янство). Важко нині уявити українську або російську мову у відриві від тисячолітнього співіснування цієї особливої мови – священної, "майже зрозумілої", із плином часу практично незмінної – із іншими національними мовами. Церковнослов'янська мова стала невід'ємним атрибутом

православного культового обряду, частиною богослужбового інструментарію, що створює особливу храмову атмосферу. Її особлива чистота та сталість, які збереглися донині, пояснюється тим, що впродовж тривалого часу ця специфічна мова протиставлялася розмовним народним.

Нині церковнослов'янську нерідко порівнюють із латинською мовою, оскільки в релігійній сфері вони обидві виконують подібні ролі. Як і латина, церковнослов'янська за призначенням мала стати мовою наднаціональною, проте її вжиток ніколи не виходив за межі богослужбової практики: нею ніколи не розмовляли, а отже в повному сенсі живою вона ніколи не була. Це одна з небагатьох мов, яку можна закріпити за конкретним, причому лише одним жанром – православного богослужіння. Жанрові принципи не унеможливлюють спілкування нею на побутові теми, а отже і вивчають, і викладають, і досліджують церковнослов'янську мову виключно в контексті богослужбового тексту.

Церковнослов'янська сприймається носіями мов, які належать до слов'янської православної культури, як близька, майже зрозуміла мова, що не потребує особливого вивчення, а незрозумілі місця створюють особливу "священну темноту", непізнаваність, якою й має характеризуватися богослужбовий текст. Відмінність церковнослов'янської від сучасних слов'янських мов лежить на рівні смислів, а не словника та граматики [4]. Усі богослужбові тексти є перекладами з грецької, і тому суттєва частка словника церковнослов'янської являє собою грецькі слова, вживлені у плоть слов'янських морфем. Канва церковнослов'янського тексту не може бути повністю зрозумілою у відриві від грецької мови. Вона є набором слов'янських слів із грецькими значеннями, проникнути у зміст яких можливо, лише звернувшись до грецького першоджерела. У цьому полягає ключовий парадокс церковнослов'янської мови – вона є малозрозумілою саме через те, що слова є близькими до слов'янських мов за формою, але відмінними за значенням. Наявність численних паронімів у церковнослов'янській і сучасних мовах зумовлюють нерозуміння або неправильне розуміння, уникнути якого можна завдяки спеціальним перекладно-тлумачним словникам.

Співіснування повсякденної, живої літературної мови з культовою має ознаки диглосії, тобто функціонування однієї мови в різних стилях – високому й низькому. Цим, зокрема, пояснює-

ються активні спроби перекладу текстів сучасними національними мовами (зокрема українською), оскільки церковнослов'янську нерідко відносять до однієї з історичних форм російської. Насправді ж вона містить у собі як болгарські й македонські риси, так і грецькі запозичення.

Для японських православних перекладачів такою мовою стала японська класична письмова мова *бунго*. Наприкінці XIX – початку XX ст. бунго сприймалася не як окрема, особлива мова, а як "висока форма" національної, про що писав класик японського мовознавства МотокіТокіеда [5, с. 93]. На цей період припадає більшість повних японських перекладів Біблії, тож не дивно, що всі вони виконані саме цією мовою. Однак, якщо інші конфесії з часом перейшли на *кого*, або мову розмовну, то в середовищі японського православ'я за бунґо закріпилася роль конфесійної й літургійної мови. Діяльність перекладачів Миколая Касаткіна та Павла (Накаї) Цугумаро дещо уподібнилася праці Кирила й Мефодія – вони взялися перекласти християнські істини за мінімальних втрат сакральних смислів мовою, яка для цього не була й та культурно пристосованою. Тож ключова мета аналізу японських лексем у богослужбових текстах полягає саме у визначенні ролі церковнослов'янської мови, яка була одночасно і джерелом, і посередником між грецькою та японською.

У старослов'янському словнику зафіксовано 99 лексем із компонентом *благ-*, причому більшість із них (80) – композитного типу [1, с. 23]. "Матеріали для словника давньоруської мови" Срезневського налічують у своєму складі 278 одиниць, а у "Повному церковнослов'янському словнику" Дьяченка – 336. Таке суттєве зростання кількості мотивованої та немотивованої лексики з коренем *благ-* і компонентом *благо-* засвідчує значущість її для релігійно-комунікаційної системи слов'янських мов. За матеріал для аналізу було взято тексти біблійного та небіблійного походження: чотири Євангелія, діяння апостолів, канонічні соборні апостольські послання, а також текст літургії Іоанна Златоуста. В означеному текстовому масиві зафіксовано 421 слово з компонентом *благ-*.

Як і слід було очікувати, найбільш сталими у плані відтворення є немотивовані односкладні лексеми: іменник *благо* та прикметник *благий*. У більшості випадків ними передано грецький субстантивований прикметник *agathos* ("добре, благе"), і в деяких випадках

chréstos ("благість"). Церковнослов'янський прикметник **благій** має семантику аналогічну до сучасного поняття "добрий, хороший", тому в більшості випадків в японському перекладі вжито слово ***йокі/дзен善*** ("добро"):***дзен-нару ші*** 「善なる師」"*благий учитель*", ***дзен-нару кокоро***「善なる心」 "*доброесердце*", ***йокі-шю*** 「善き習」 "*обычаиблагие*",***йокі-мі*** 「善き果」 "*плодыблагие*",***йокі-хі***「佳日」"*дниблаги*".Окрім словосполучень, зустрічаються також композити китайського походження з ієрогліфом 善:***дзенджі***善事"дело благо", ***дзенджін***善人"*люди благи*".Субстантивні прикметники, вжиті щодо людей, відтворюються японською мовою через словосполучення зі словом ***моно***者("людина, особа"):***дзен-нару моно***善なる者, ***йокі-моно***善き者. 'яко сонце свое сияетъ на злые и благие' 「蓋彼は其日を悪しき者と<u>善き者</u>の上に照し」(Мт. 5:45); ' благое ли убо бысть мне смерть' 「然らば<u>善なる者</u>は我に死を致ししか」(Рим. 7:13).

Іменник благо (у значенні "чогось хорошого") і специфічний церковнослов'янський субстантивований прикметник благ âѧ ("благість") передаються відповідно до контексту: ***йокі***善き або ***дзенджі*** 善事.' восприялъ еси благо твое въ животе твоемъ' 「爾は存命の時爾の善を受け」(Лк. 16:25).В окремих випадках перекладачами ужито смислові еквіваленти. Наприклад, коли йдеться про буденне, мирське, з акцентом на його скороминучості, у перекладі вжито слово貨物("товар, вантаж") із читанням たから("скарб") 'душе, имаши многа блага, лежаща на лета многа' 「霊よ、爾には多年の為に蓄へたる多くの<u>貨物</u>(たから)あり」(Лк. 12:19).

Лексика з компонентом *благ-* має загалом сильні словотвірні зв'язки, що забезпечує її словотворчу активність та активне функціонування в текстах. Повна модель словотворчого гнізда повинна мати чотири компоненти: іменник, прикметник, прислівник і дієслово. До таких повних моделей можна віднести, наприклад, гніздо "благодерзостіе – благодерзостный – благодерзостнэ – благодерзати". На жаль, через відсутність повного корпусу богослужбових текстів у перекладі японською особливості передачі повної моделі поки що дослідити неможливо. Натомість є декілька неповних гнізд.

Найбільш повним із аналізованого матеріалу є словотвірне гніздо з вершиною *благотвор-*: *Благотворение – Благотворец – Благотворити – Благотворящий / Благотворяй*. У цьому комплексі представлено два основні елементи – іменник і дієслово, – та один другорядний – дієприслівник. У японському перекладі всі ці слова та їхні словоформи перекладено за допомогою словосполучень: *благотворящий / благотворяй* **善を行ふ者**" особа, яка здійснює благо", *благотворити***善を行う**"здійснювати благо".

Церковнослов'янське **благотворецъ** відповідає грецькому *agathopoios* ("благодійник"), і хоча в японській мові наявні прямі смислові еквіваленти (напр., 恩人 後援者(こうえんしゃ) 後援者), перекладачі віддали перевагу збереженню елементу *благ-* і переклали іменник аналогічно до дієприкметників – **善を行ふ者**"особа, яка здійснює благо".

Іменник **благотвореніе** – калька грецького *agathopoiia* ("творіння добра") – вжито у ролі обставини ("*во благотворении*") відповідно до грецького *enagathopoiia* ("у робленні добра"): 'предадят души своя во благотворении' (1 Пет. 4:19). Однак, воно відсутнє як у російському синодальному перекладі, так і в японському, де його замінено дієприкметниковим зворотом **善を行いて** ("роблячи добро"). Отже, усі елементи словотворчого гнізда *благотвор-*перекладено з відтворенням давньогрецького кореня *agatho-* ("добро"), але жодне з них не відтворене одним словом.

Найбільшу частку лексики з коренем *благ* становлять слова *благодать* і *благословен* разом із похідними, кількість яких у нашій вибірці становить 83 і 67 відповідно. Слово благодать ("подаяння блага", від гр. *charis*) у церковнослов'янській мові має два значення: 1) "милість, благовоління", тобто дари, що сходять безпосередньо від бога; 2) "вдячність". Японською мовою *благодать* передається словами ***ончьо*** 恩寵 ("*милість від бога, владики*") і ***каншя***感謝 ("*подяка*") і реалізується в таких словосполученнях: 恩寵の生命 ("*благодатнаяжизнь*"), 恩寵の言 ("*слова благодати*"), 神の恩寵 ("*божия благодать*"). Імовірно, *благодать* розглядається як спосіб безпосередньої взаємодії Бога з людиною, тому в японських перекладах кількість еквівалентів обмежена одним, оскільки неточності неприпустимі. У випадках, коли гре-

цьке *charis* позначає милість, що сходить не від бога, а від людей, уживається японське слово ***мегумі***恵施 ("милосердя, милість, благодіяння"): 'сих послю отнести благодать вашу во Иерусалим' 「爾等の恵施をイエルサリムに送る為に之を遣さん」(1 Кор. 16:3).

Окрім того, у церковнослов'янського слова *благодать* є також значення "подяка", що відображено у перекладі відповідним іменником ***каншя***感謝 ("*подяка*").

Словоблагословенъ збагатило церковнослов'янський словник унаслідок калькування грецького *eulogétos* (eú "добре" + *lógos* "слово") і утворило ряд похідних: *благословение, благословлять, благословенный, благословляющий, возблагословитися*. Японськомовні переклади пропонують ряд слів-китаїзмів: (***шюкуфуку***祝福する "*благословлять*"; ***шюкуса*** 祝讃する, **санбі**讃美する "возхваляти"; **санджьо**讃揚する "підносити хвалу", композитних дієслів ***хоме-агеру***讃め揚げる, ***агаме-хомеру*** 崇め讃める ("*хвалити*"). Як бачимо, в усіх випадках компонент *благ-*/善 відсутній, тобто при збереженні смислу втрачено церковнослов'янську форму. Примітно, що всі лексеми, які містять у своєму складі морфему ***сан***/***хомеру*** 讃 ("славити, хвалити"), вживаються лише стосовно особи бога в різних іпостасях, у той час як словом ***шюкуфуку*** позначається благословення й милість, які земна людина може зробити для іншої: 'супротивное же, благословяще'「反りて祝福せよ」 (1 Пет. 3:9).

Ще однією лексемою, представленою в нашому аналізі 36 вживаннями, є слово *блаженный*, що сягає грецького *makarios* ("щасливий", "той, кому можна позаздрити"). Японським еквівалентом в усіх випадках є лексема ***сайвай*** 福 ("щастя, везіння"): 'блаженныне видевшие и уверовавшие' 「見ずして信ずる者は福なり」 (Ин. 20:29).

Іншим продуктивним компонентом є *благовест-*, що формує гніздо однокореневих слів *благовестити, благовествовати, благовестие, благовестник*. Усі вони є похідними від грецького *euaggelizó* ("сповіщати добру звістку") і передаються японським словом ***фукуін*** 福音 ("радісна звістка"): ***фукуін-суру*** 福音する ("благовістити"), ***фукуін-шя*** 福音者 ("благовісник"). 'красны ноги **благовэствующихъ** благая 「善事を<u>福音する</u>者の足は美しき哉」 (Рим.10:15)

Благоволити, благоволение – церковнослов'янські слова, що походять від гр. *eudokeó* ("вважати, відчувати як хороше"). *Благоволити* ("бути задоволеним, прихильним до когось; схвалювати") реалізується в японській мові через дієслово ***йорокобу***喜ぶ і вираз ***йорокобі-то суру*** 喜びとする ("радіти [з чогось]"). Переклад слова *благоволение* диференціюється залежно від особи, до якої його вжито: у той час, як для людини *благоволение* – це ***неґау-токоро*** 願ふ所("дещо, чого хочеться"), або ***меґумі***恵 ("благодіяння, милість"): 'благоволение убо моего сердца и молитва, яже къ Богу по Израили, есть во спасение' 「我がイズライリの為に心に**願ふ所**と神に祷る所とは、其救を得るに在り」(Рим. 10:1). Якщо ж благовоління сходить від Бога, це вже ***муне***旨("воля, наказ"):'ей, отче, яко тако бысть благоволеніе предъ тобою' 「父よ、然り、蓋是くの如きは爾の**旨**に嘉せし所なり」 (Лк. 10:21)

Решта слів із компонентом *благ-* у нашому розгляді має відносно невелику кількість уживань, і їх відтворено переважно словниковими відповідниками:

- Благоговэніе передане за допомогою слова ***кейкен***敬虔 "набожність, благочестя".
- Благовоніе – ***каорі*** 香気 "аромат".
- Благодареніе – ***каня*** 感謝 "подяка".
- Благодэтельствовати –***дзенджі-о оконау*** 善事を行う "робити добрі справи" (див. також ***оншю*** 恩主"благодійник").
- Благоизволити – ***йорокоберу*** 喜べる "радіти".
- Благолэпіе – ***уцукушікі*** 美しき"краса"
- Благообразіе – ***уцукушікі*** 美しき("краса") або 貴き ("поважний, знатний").

Висновки

Церковнослов'янський текст максимально наслідує грецьке першоджерело у плані підбору формальних еквівалентів. Багатозначні грецькі лексеми відтворюються такими ж полісемантичними новоутвореннями церковнослов'янською мовою, і сучасні російсько- та українськомовні пароніми мають із ними мало спільного. Із 33 коренів, нами розглянутих, лише 6 перекладено із включенням компонента *благ-*(善). У більшості випадків пере-

кладачі орієнтувалися на передачу значення, а не відтворення форми, тому в різних випадках одне й те саме церковнослов'янське слово відтворювалося різними японськими. Разом із тим для перекладу ключових релігійних концептів вживаються переважно сталі лексеми. Незважаючи на вдавану безсистемність у підборі слів, доволі помітним є прагнення відокремити слова, які належать до божества й до людей.Отже, церковнослов'янська мова була й залишається зберігачем понять православного християнства, значення якого важко переоцінити.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Клименко Л. П.* Лексика с корнем благ- и композиты с компонентом благо- в старославянском языке X–XI вв. / Л. П. Клименко // Вестн. Нижегор. ун-та им. Н. И. Лобачевского. Сер. Филология. –Вып. 1(3). – Н. Новгород : Изд-во ННГУ, 2001. – С. 22–30.

2. *Гильтебрандт П. А.* Справочный и объяснительный словарь к Новому Завету / *П. А. Гильтебрандт*. – СПб., 1882. – с. 2512.

3. *Дьяченко Г. М.* Полный церковно-славянский словарь / *Г. М. Дьяченко*. – М. : Изд. отдел Московского Патриархата, 1993.

4. *Седакова О. А.* Церковнославянскийязык: слова для смыслов [Електронний ресурс] – Режим доступу від 15.04.2016: http://www.pravmir.ru/cerkovnoslavyanskij-yazyk-v-russkoj-kulture/

5. *Токиэда Мотоки* Основы японского языкознания // Языкознание в Японии. – М. : Радуга, 1983.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. 我主イイススハリストスの新約—ハリストス正教会聖書出版事務所, 東京, 1902– 705頁.2.新明解国語辞典, 第五版—三省堂, 1997–1557頁; 19. 聖金口イオアンの聖体礼儀・主日奉事式–名古屋ハリストス正教会, 名古屋, 2011 – 33 頁.

Стаття надійшла до редколегії 18.04.2016.

Козырев Е. В., асп.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

ОСОБЕННОСТИ ОТРАЖЕНИЯ ЛЕКСИКИ С КОМПОНЕНТОМ *БЛАГ-* В ЯПОНСКИХ ПРАВОСЛАВНЫХ БОГОСЛУЖЕБНЫХ ТЕКСТАХ

Изложены общие черты передачи частотной лексики с компонентом благ- в японоязычных православных богослужебных текстах, отмечена роль церковнославянского языка для передачи сакральных смыслов греческих первоисточников.

***Ключевые слова**: церковнославянский язык, японский язык, греческий язык, богослужебный текст, церковнославянизмы.*

Kozyriev Ye. V., postgraduate student
Taras Shevchenko National Unibersity of Kyiv

TRANSLATION FEATURES OF CHURCH SLAVONIC VOCABULARY WITH THE "BLAG-" COMPONENT IN JAPANESE ORTHODOX LITURGICAL TEXTS

The article outlines the general featuresoftranslation of the most common Church Slavonic vocabulary with the "blag-"("good") component used in Orthodox liturgical texts into Japanese; the role of the Church Slavonic language in conveying of sacred meanings of Greek vocabulary is also presented.

***Keywords**: the Church Slavonic language, the Japanese language, the Greek language, liturgical texts, Church Slavonic vocabulary.*

УДК 81'272(65) : 316.77

Козирєва М. В., асп.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ТЕНДЕНЦІЇ ВИКОРИСТАННЯ ГАЛЛІЦИЗМІВ У АЛЖИРСЬКОМУ МЕДІАПРОСТОРІ

Присвячено особливостям функціонування запозичень із французької мови в сучасному медіапросторі Алжиру. Розглядаються тенденції використання галліцизмів у друкованих ЗМІ, на радіо й телебаченні.

***Ключові слова:** медіапростір, галліцизм, алжирський діалект арабської мови, ЗМІ, раї, глобалізація.*

Постановка проблеми. Активний розвиток інформаційних технологій суттєво впливає на зміну всього світового устрою. Завдяки їм прискорюються глобалізаційні процеси, розширюються та зміцнюються міжкультурні зв'язки, зростає кількість міжмовних контактів. Усе це неминуче зумовлює необхідність вивчення впливу сучасних технологій і медіапростору на структуру мови. Важливим елементом мови, який найбільше схильний до змін, є її лексична система.

Лексичний склад розмовної форми арабської мови Алжиру зазнав суттєвих змін через іншомовний вплив, із яким алжирці стикаються в повсякденному житті у соціальних мережах, ЗМІ, у медіапросторі загалом.

Аналіз досліджень і публікацій. Дослідженням медіапростору присвячено багато праць і публікацій із соціології. Серед них можна назвати роботи О. М. Юдіної, О. В. Монастирьова, С. І. Ше-

лонаєва, Т. В. Піскун. В Україні питаннями медіапростору займалися О. І. Кепканова, С. В. Грицай, О. М. Дженжебір та ін. Алжирський медіапростір став матеріалом для аналізу таких учених, як Д. Даббус, Т. Гуйябес, Ф. Шевальдон. Багато дослідників-соціологів присвятили свої праці проблемам медіапростору, однак лінгвістичний аспект і вплив медіапростору на мову (зокрема алжирський діалект арабської) нині залишаються малодослідженими. Франкомовна преса Алжиру стала матеріалом вивчення Ф. Бухадіба, А. С. Хелладі, Н. Корібаа; А. Кеффелек здійснила досить детальний аналіз використання мов у різних сферах життя алжирців. Найбільш тематично дотичною до нашого дослідження є праця А. А. Блінова "Запозичення в мові арабської преси країн Магрибу (на основі газет Тунісу, Алжиру і Марокко)", однак її тема є набагато ширшою з погляду географічного ареалу, оскільки вона охоплює регіон так званого Малого Магрибу (до Великого Магрибу також входять Лівія, Мавританія та Західна Сахара), і у той же час її тема є значно вужчою, з огляду на те, що в ній подано матеріал лише друкованої преси, а ми спробуємо охопити матеріал з усього алжирського медіапростору.

Оскільки в Алжирі є багато ЗМІ й Інтернет-ресурсів, які послуговуються французькою мовою для подачі інформації, слід одразу зауважити, що стаття не має на меті розглядати та аналізувати матеріал франкомовний. Натомість основним об'єктом дослідження є галліцизми, що використовуються в специфічному варіанті арабської мови, характерному для Алжиру, тому **мета статті** – визначення тенденцій використання запозичень із французької мови в алжирському медіапросторі.

Мета статті досягається за допомогою вирішення таких **завдань**: визначитися з трактуванням поняття "медіапростір" і його структурними елементами, виявити особливості сучасного стану алжирського медіапростору, дослідити використання галліцизмів у ньому та спрогнозувати тенденції їхнього вживання в майбутньому.

Виклад основного матеріалу.У сучасній соціології *поняття медіапростору* має інтегральну якість, воно тлумачиться по-різному відповідно до контексту, у якому розглядається: 1) із погляду текстоцентричного підходу, медіапростір – це сукупність усіх медійних текстів, "дискурсивний простір"; 2) із погляду структурного підходу – це інституційна сфера, система засобів масової комунікації; 3) із погляду ринкового підходу – це медійний ринок чи

інформаційний простір регіону; 4) із погляду технологічного підходу – це "віртуальна" реальність, що підтримується з допомогою технологій; 5) із погляду екологічного підходу – це глобальне середовище, що пронизує всі сфери людської діяльності [2, с. 31]. З огляду на мету та тему цієї наукової статті, вона концентруватиметься на першому, текстоцентричному, підході, що розглядає медіапростір як частину символічного простору знаків.

Структурними елементами медіапростору, які є джерелами матеріалу для нашого дослідження, є друкований, телевізійний, радіо, та Інтернет-простір [3, с. 104]. З огляду на великі обсяги матеріальної бази, вважаємо за необхідне розглядати використання галліцизмів в Інтернет-ресурсах окремої в цій праці зосередитися на запозиченнях із французької мови в алжирських ЗМІ, обмеживши друкованими виданням, радіо- та телетрансляціями.

Друковані ЗМІ Алжиру переважно двомовні: алжирська преса представлена виданнями арабською та французькою мовами (також останнім часом уряд намагається популяризувати й розвинути ЗМІ берберською мовою, однак їхня кількість залишається незначною). Відповідно до соціологічного дослідження, наведеного в праці А. Кеффелек "Французька мова в Алжирі: Лексика та динаміка мов" ("Lefrançaisen Algérie: Lexiqueetdynamiquedeslangues"), у державному секторі 10 друкованих видань видаються арабською мовою, а 4 – французькою; у приватному секторі ситуація протилежна: арабською видається 69 видань, а французькою – 102 [7, с. 79]. Такий розподіл свідчить про те, що владні структури Алжиру намагаються популяризувати арабську мову серед грамотного населення, однак більш фінансово вигідними виявляються франкомовні видання.

Іншою причиною цього широкого розповсюдження французької мови є те, що арабськомовні видання друкуються літературною арабською мовою, заскладною для населення Алжиру, який у своєму повсякденному житті користується алжирським розмовним діалектом. Тому друковані ЗМІ Алжиру використовують або французьку, або специфічний варіант літературної мови з численними діалектизмами та галліцизмами. Так, наприклад, у алжирських статтях галліцизми можуть подаватися поряд із арабськими відповідниками (особливо це стосується сучасної термінології), що може пояснюватися двома причинами:

а) арабський варіант терміну є занадто новим, а тому незрозумілим для широкого кола; б) мовою науки продовжує вважатися французька, привілейована мова країни-колонізатора. Для унаочнення цього випадку використання галліцизмів у друкованій пресі Алжиру наведемо приклад зі статті алжирського журналу з антропології та соціології "*Insaniyat* /إنسانيات":

"فالحاسوبيمتلكذاكرةوتعتبر "الشفرةالجينية (*codegénétique*) ذاكرةالوراثة[9]".

"У комп'ютера є пам'ять, а генетичний код (*codegénétique*) розглядається як пам'ять генів".

Також більш широко відомі французькі запозичення використовуються без вживання арабського відповідника, наприклад:

"تكوين حول ألة[1, c. 12] *Massicot*".

"Підготовка кадрів для роботи з різальною машиною".

Іноді в алжирських статтях можливо спостерігати у тексті арабською мовою використання цілих складних речень французькою, однак схиляємося до думки, що в такому випадку йдеться вже не про запозичення, а про побутування феномену "код-світчінгу" (code-switching), тобто про зміну коду, перехід з арабської мови на французьку й навпаки. Наприклад:

"هذابالإضافةإلىأن FLN
لميكنحزباوإنماكانجبهة،ويفندانفكرةتشابههمعالحزبالشيوعيالروسي،فلمتكنالجبهةفيواقعالأمر سوىماتعبرعنهالعبارةالآتية Il ne fut jamais qu'une": courroie de transmission du pouvoir d'état tôt militarisé, et non lemaîtred emême ""pouvoir d'état comme ille futen URSS [8].

"Це на додачу до того, що ФНО був не партією, а фронтом, чиї ідеї були близькими до ідей Комуністичної партії Росії і насправді могли бути вираженими такою фразою: "Il ne fut jamais qu' une courroie de transmission du pouvoir d'état tôt militarisé, et non lemaître de même pouvoir d'état comme ille futen URSS" ("Це завжди була лише інстанція, що передавала владу над державою, яка раніше була мілітаризованою, а не інстанція, якій належала ця влада, як це було в СРСР"".

У наведених випадках графічна форма запозичення не змінюється, що свідчить про відсутність адаптації іншомовного включення до лексичної системи арабської мови, а це, у свою чергу, вказує на те, що запозичення має специфічний характер або воно ввійшло в узус відносно нещодавно.

Також зустрічаємо в алжирській пресі випадки, коли галліцизми передаються графічними засобами мови, що його запозичила. Наприклад:

"تعرف مختلف أحياء العاصمة في ليالي الصيف مفارقات كبيرة، فمن الترفية والتجول ليلا في شواطئ البحر، إلى لعب الدومينو والكارطا والاقبال على مقاهي الانترنيت والسمر[1, c. 18]".

"Літніми ночами різні квартали столиці стають місцями великих парадоксів, починаючи з розваг і нічних прогулянок по морському узбережжю, закінчуючи доміно, картами, відвідуванням Інтернет-кафе та вечірок".

Галліцизм كارطا (*carte* – "карта") пройшов етап графічної та, з огляду на запис, відповідно до якого французька фонема /t/ зазнала емфатизації, фонетичної адаптації, однак він усе ще не відповідає морфологічній системі арабської мови.

Повну адаптацію галліцизму ми можемо спостерігати в такому прикладі:

"وفي شروط هذه المسابقة أيضا أن ترسل هذه المشاركات في ثلا نظائر مرقونة أو مكتوبة بخط واضح ومصحوبة بنسخة من بطاقة تعريف المشارك مع صورة شمسية وظرف متنبر يحمل اسم المشارك[1, c. 18]".

"Відповідно до умов цього конкурсу, учасники мають надіслати свої документи у трьох екземплярах, написані чітким почерком, а також долучити до них копію паспорта з фотографією та конверт із марками, на якому підписано ім'я учасника".

Уцьому прикладі слід звернути увагу на дієприкметник пасивного стану متنبر ("той, що є з марками"), утворений від галліцизму تنبر – *timbre* ("марка"). У цьому випадку можна відзначити, що запозичення з французької мови пройшло через графічну, фонетичну й морфологічну адаптації, набувши всіх ознак лексеми арабського походження.

Радіопростір Алжиру розподіляється поміж трьома державними каналами, які ведуть трансляцію арабською, французькою та берберською мовами, і десятками регіональних [4, с. 68]. *Телевізійний* простір Алжиру також тримовний. Літературною арабською мовою відбувається трансляція новин, політичних передач, а також тих, які мають навчальний або релігійно-проповідницький характер [5, с. 36]. Однак слід зазначити, що навіть якщо радіо- або телеканал позиціонує себе як арабомовний і диктори намагаються використовувати літературну мову, медіапродукт, залежно від свого типу, може мати велику кількість

запозичень, що спостерігаємо на прикладах дебатів, опитувань людей на вулицях Алжиру, у випадках, коли транслюється жива мова людей, а не регламентований запис.

Також популярним на радіо й телебаченні "рупором" алжирського народу, у якому вжито найбільшу кількість галліцизмів у ЗМІ Алжиру, є композиції *раї*. Термін "раї" (راي), що перекладається як "думка", "погляд", "доля", використовується на позначення специфічного стилю алжирської музики, який виник наприкінці XIX ст. на основі злиття міської культури Орана та сільської культури його передмість.

Розквіт цього стилю припав на 1990-ті, коли раїстали частиною "світової музики", і нині він набуває все більшої міжнародної популярності. Особливістю текстівцих пісень є те, що їм притаманна жорстка тематика, реалістичне зображення подій і функціональне використання мови.

Зазвичай тексти раї написано алжирським діалектом арабської мови з використанням великої кількості галліцизмів. Основною темою цих творів є кохання, палке, прямолінійне, без зайвих метафор, що не вітається традиційними мусульманськими спільнотами, тому автори пісень не завжди можуть використовувати священну мову та вдаються до запозичень із французької мови. Прикладом таких пісень може послужити відома композиція алжирського співака Шеба Хасні "نبغيكمانيمهني" ("Кохаю тебе, однак я від цього не спокійний"), короткий уривок із якої наведемо нижче:

"نبغيكمانيمهني.. *l'avenir*من*أنانخاف*..

عمرينتيشابة..*lesoccasions*عندكبزاف[…]نبغيك نبغيك*MonAmour*.. من حبك ماني*Sur*.. خبريني خابريني[10] ..*ReponseEtDur*"*MemeSiLa*.

"Кохаю тебе, однак я від цього не спокійний. Я боюсь майбутнього. Ти моє життя, красуне. У тебе було дуже багато можливостей […] Я тебе кохаю, я тебе кохаю, моя любове,але я не впевнений щодо твого кохання до мене. Повідай мені, повідай мені, навіть якщо відповідь буде тяжкою".

У цьому випадку слово "можливості", передане за допомогою галліцизму *lesoccasions* ("випадки", "сприятливі моменти"), виступає індивідуальною метафорою з образним значенням "чоловіки". Ліричний герой автора закоханий у дівчину і не може віднайти спокій, оскільки до нього в неї було багато чоловіків, і він не може бути впевненим у її вірності. У подібних випадках автор змушений уникати священної мови Корану – арабської – і

звертатися до французької, оскільки традиційна алжирська спільнота, відповідно до норм ісламу, не може припустити можливості існування гріховних позашлюбних відносин.

Окрім того, галліцизми часто використовуються в раї, якщо темою твору є подорожі або якщо вона пов'язана з імміграцією, прагненням молодих алжирців поліпшити свій матеріальний стан чи познайомитися із західною цивілізацією, унаслідок чого вони зустрічають багато проблем і відчувають себе чужими та непотрібними. Для кращого відображення почуттів, передачі загального духу твору в таких композиціях часто вживаються саме запозичення–*aéroport* ("аеропорт"), *police* ("поліція"), *douane* ("митниця"), *passeport* ("паспорт"), *visa* ("віза"), *consulat* ("консульство") [6, с. 195], а не арабські відповідники. Як приклад раї з тематикою подорожей наведемо пісню Шеба Мамі "ParisienduNord" ("Парижанин з Півночі"):

*étranger*علىوجهينكرتونيوقلتو"

كنت حاسب في بلادي و هنايا نموت

Commeçavousm'aveztrahie

Commeça" [11].

"Через моє обличчя ви не прийняли мене і назвали іноземцем

Мені здавалось, ніби я на батьківщині і що помер би тут

Ось так ви зрадили мене

Ось так".

Уцьому прикладі можемо спостерігати використання галліцизму *étranger* ("іноземець", "чужак"), який вже сам по собі має характер чужорідного серед арабського тексту раї, із метою більш точної передачі духу одинокості та відчуженості в іншій країні.

На противагу вищезазначеному, у випадках, коли зміст раї вписується у традиційні межі алжирської культури, текст галліцизмів не містить. Тож коли йдеться про іслам, автори віддають перевагу використанню алжирського діалекту арабської мови, уникаючи французької, що можна спостерігати на прикладі пісні "عبد القادر" ("Абд ель-Кадер"), що стала відомою завдяки її виконанню співаком Шеб Халед[12].

Висновки. З огляду на зазначене, приходимо до висновку, що галліцизми широко використовуються в медіапросторі Алжиру: у друкованих виданнях, на радіо й телебаченні алжирці не завжди здатні дотримуватися арабської літературної мови, тому змушені вдаватися до використання діалекту та галліцизмів, а інколи і до код-світчінгу.Сучасні тенденції дають змогу прогнозувати, що запозичення з французької мови лише глибше

вкорінюватимуться та адаптуватимуться до лексичної системи арабської. Також можемо припустити, що цілком імовірним є те, що через декілька десятиліть точно визначити етимологію того чи іншого слова стане майже неможливо.

Оскільки представлене дослідження було присвячено лише частині алжирського медіапростору – ЗМІ, у майбутньому також слід детально проаналізувати використання галліцизмів у іншій його частині – у системі Інтернет: на форумах, у соціальних мережах, обмінах коментарями, що становить значний інтерес для соціолінгвістики, теорії мовних контактів загалом та арабістики зокрема.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Блинов А. А*. Заимствования в языке арабской прессы стран Магриба (на основе газет Туниса, Алжира и Марокко) / А. А. Блинов // Вестн. Рос. гос. гуманитарного ун-та, 2011. – № 11. – С. 9–28.

2. *Ним Е. Г.* Медиапространство: основные направления исследований [Електронний ресурс] / Е. Г. Ним // Бизнес. Общество. Власть. – 2013. – № 14. – С. 31–41. – Режим доступу від 20.03.2016: https://www.hse.ru/mag/27364712/2013--14/83292427.html.

3. *Пискун Т. В*. Медиапространство как особая социальная структура: к методологии вопроса / Т. В. Пискун // Вісн. Одес. нац.ун-ту / ОНУ імені І. І. Мечникова. – О. : Астрапринт, 2010. – Т. 15. – Вип. 14: Сер. "Соціологія, політологія". – С. 101–106.

4. *Auzias D.* Alger 2012–2013 (aveccartes, photos + avisdeslecteurs) // D. Auzias, J.-P. Labourdette. – Paris : Petit Futé, 2012.

5. *Boucherit A*. Complexitéslinguistiquesdes programmes à latelevisionalgérienne. Essai d'analyse d'uneproductionlocale / A. Boucherit // Revuedel'Occidentmusul manetdela Méditerranée, 1988. – Vol. 47. – No 1. – P. 35–46.

6. *Boumedini B.* Une analyse du discoursrai algérien chez Cheb Hasni, Cheb Bilalet Chebba Kheira / B. Boumedini, N. Dadoua-Hadria // Synergies Algérie, 2010. – № 11. – P. 191–198.

7. *Queffélec A.* Lefrançaisen Algérie : lexique et dynamique des langues (Champ slinguistiques. Recueils) / A. Queffélec. – Bruxelles : DeBoeck/Duculot, 2002.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

8. عبدالقادرشرشار. الثورةالجزائريةفيتمثلاتالآخر : قراءةمحمدحربيوجيلبرمينيلكتاب "أكذوبةفرنسية،العودةإلىالحربفيالجزائر" لجورجماركبنحمو // إنسانيات. — 2004. — 25-26. — 55-61 ص.

9. محمدغالم. تقديم // إنسانيات. — 1998. — 3. — 1-5 ص.

10. كلماتأغانيالشابحسني. نبغيكمانيمهني[Електронний ресурс].— Режим доступу від 21.03.2016: https://www.facebook.com/ChebHasniParoles/posts/691682620876849

11. ParisienduNord .كلماتأغانيالشاب مامي [Електронний ресурс].— Режим доступу від 31.03.2016: http://www.mawaly.com/music/Cheb+Mami/track/16809

12. كلماتأغنيةعبدالقادر.الشابخالد[Електронний ресурс].— Режим доступу від 22.03.2016: https://www.youtube.com/watch?v=ap9a4DEORz4

Стаття надійшла до редколегії 18.04.2016.

Козырева М. В., асп.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

ТЕНДЕНЦИИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ГАЛЛИЦИЗМОВ В АЛЖИРСКОМ МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ

Посвящена особенностям функционирования заимствований с французского языка в современном медиапространстве Алжира. Рассматриваются тенденции использования галлицизмов в печатных СМИ, на радио и телевидении.

Ключевые слова: *медиапространство, галлицизм, алжирский диалект арабского языка, СМИ, раи.*

Kozyrieva M., postgraduate student
Taras Shevchenko National University of Kyiv

TENDENCIES OF THE USE OF GALLICISMS IN ALGERIAN MEDIA SPACE

The article deals with the peculiarities of the functioning of loan words from the French language in the modern media space of Algeria. The article presents the tendencies of the use of gallicisms in print media, onradio and television.

Keywords: *media space, gallicism, Algerian Arabic, media, rai,globalization.*

УДК 811.411.16+811.521

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

ІНТЕРФЕРЕНТНІ ЯВИЩА В МОВЛЕННІ УКРАЇНСЬКОЇ ЕМІГРАЦІЇ ЯК СВІДЧЕННЯ ЗМІНИ МОВНО-КУЛЬТУРНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ (ПОРІВНЯННЯ МОВЛЕННЄВОЇ ПОВЕДІНКИ УКРАЇНЦІВ, ЯКІ ПРОЖИВАЮТЬ У ЯПОНІЇ ТА ІЗРАЇЛІ)

Розглянуто інтерферероване мовлення українських емігрантів в Ізраїлі та Японії, здійснено спробу класифікувати іншомовні слова, що потрапляють до нього, і продемонструвати зміщення мовно-культурної ідентичності емігрантів на основі їхнього інтерферованого мовлення.

Ключові слова: *мовна інтерференція, інтерферероване мовлення, іврит, японська мова, мовно-культурна ідентичність.*

XXI століття й епоха глобалізації остаточно стерли кордони між державами, й міграція у різних її проявах уже стала буденним явищем. Не лишилася осторонь цих глобальних процесів й Україна: мільйони українців мігрують до інших держав у пошуках добробуту і стабільності. Опинившись в іншій країні, наші співвітчизники

змушені адаптуватися до її реалій, а опановуючи мову нової батьківщини, вони також всотують у себе весь її культурний пласт, що не може не позначитися на їхній мовній ідентичності. Вивчення змін, які відбуваються в ідентичності української еміграції, є ключовим для вироблення грамотної державної політики взаємодії з діаспорою, адже вона може стати як захисницею наших державних інтересів за кордоном, так і навпаки. Тож мовознавці недаремно вже давно звернули увагу на особливості мовної ідентичності наших мігрантів; не можна не згадати, приміром, ґрунтовне дослідження Б. Ажнюка [1], який, однак, зосереджує свою увагу передусім на мовленні українців, що емігрували на Захід. Звісно, на Заході українська діаспора найчисленніша і найпотужніша, однак чи можемо забувати про наших співвітчизників (нерідко вже колишніх) на Сході? Адже їх не бракує і там. І саме у країнах Сходу, культура й ментальність яких надзвичайно сильно контрастує з українською (на відміну від європейської), і відбуваються найпомітніші зміни у мовній поведінці наших емігрантів, що, безперечно, тягне за собою зміщення мовної ідентичності. Серед країн Сходу, які приймають наших співвітчизників, нас найбільше зацікавили Японія і Держава Ізраїль як країни з діаметрально протилежною мовленнєвою культурою: скута, скупа на слова Японія, де мовець найбільше боїться зачепити гідність чи почуття свого співрозмовника, а тому ніколи не скаже йому слово "ні", зате постійно повторюватиме "вибачте"; і розкутий, галасливий Ізраїль, де не прийнято мовчати, перепрошувати чи приховувати свої емоції від співрозмовника. Пересвідчитися у цьому твердженні ми мали нагоду, опинившись під час перебування у кожній із країн в ідентичній ситуації, коли незнайома людина помилилася номером телефону. На нашу репліку: *"Тут така людина не живе"* японська співрозмовниця відповіла приблизно таке: *"Вибачте, будь ласка, я дуже перепрошую, я помилилася номером, даруйте, що потурбувала Вас"*. Реакція ж ізраїльтянки на цю саму репліку була такою: *"Що ти таке кажеш?! Що ж із нею* (цією людиною) *сталося?! Де ж це вона поділася?!"*. Така полярна мовленнєва поведінка, притаманна цим країнам, природним чином упливає на мовну ідентичність емігрантів, що і спонукало нас розглянути ці зміни детальніше. Зазначимо, що соціолінгвістичні аспекти життя українських емігрантів у країнах Сходу ґрунтовно досі не описано, за винятком хіба невеличких розвідок В. Морозова і В. Скопіної-Парадіас про адаптацію російськомовних емігрантів в

Ізраїлі. Зважаючи на це, вважаємо обрану тему актуальною. Об'єктом нашого дослідження виступає інтерфероване мовлення української еміграції в Ізраїлі та Японії, а предметом – зміна мовно-культурної ідентичності через особливості мовленнєвої поведінки і мовної інтерференції (іврит – російська / українська; японська – українська / російська) у мовленні емігрантів.

Метою нашої розвідки є описати зміну мовно-культурної ідентичності українських мігрантів через інтерфероване мовлення, яке вони виробили, проживаючи в Ізраїлі чи Японії. З огляду на мету ставимо перед собою такі завдання: 1) класифікувати іншомовні мовні одиниці, які потрапляють до інтерферованого мовлення емігрантів; 2) визначити з-поміж них ключові слова, засвоєння яких тягне за собою зміну комунікативної поведінки; 3) продемонструвати взаємозв'язок інтерферованого мовлення і зміщення мовно-культурної ідентичності.

Для досягнення мети статті ми послуговувалися кількома методами, а саме: спостереженням як методом польових досліджень, лінгвістичним описовим методом, елементами зіставного аналізу.

Наукова новизна цієї розвідки полягає в систематизації власного мовного матеріалу, зібраного у результаті спостереження за мовленнєвою поведінкою емігрантів.

Для початку з'ясуймо, у якій мовній ситуації опинилися наші співвітчизники в Ізраїлі та Японії. І Держава Ізраїль, і Японія схожі в тім, що мають єдину державну офіційну мову і доволі жорстку мовну політику, вимагаючи від своїх мешканців знання державної мови на доволі високому рівні, без якого годі шукати престижної роботи. Тверду мовну політику Ізраїлю, яка визнає лише іврит єдиною мовою офіційного спілкування, не похитнуло навіть серйозне зростання частки емігрантів із країн колишнього Радянського Союзу. Вивчення івриту є обов'язковою умовою соціальної адаптації емігрантів в Ізраїлі, функціонування ж рідної мови обмежене лише неофіційною сферою, яка, однак, також є доволі широкою, оскільки ледве не п'ята частина ізраїльтян є вихідцями з колишнього Радянського Союзу. Щодо Японії, то емігрантів ця країна приймає дуже неохоче, тож іноземців, які постійно проживають у ній, надзвичайно мало (кількість українців, які живуть у Японії, становить лише кілька сотень). Отже, у Японії сфера використання рідної мови обмежена практично виключно сімейним колом, та й то не завжди

(приміром, якщо йдеться про мішані японсько-українські шлюби). Тобто в Японії вживання рідної мови є набагато обмеженішим, ніж в Ізраїлі, де сфера послуг усе-таки більш-менш орієнтується на російськомовного споживача, та й відсоток емігрантів із пострадянських країн доволі високий. Відповідно, можна припустити, що мовнокультурна ідентичність українців, які проживають у Японії, змінюється швидше, й інтерферентні явища у їхньому мовленні також відбуваються швидше, ніж в українців, що проживають в Ізраїлі і мають змогу послуговуватися рідною мовою у більшій кількості ситуацій. Дійсно, з погляду логіки мало би бути так. Але на практиці ми спостерігали, що практично всі новоприбулі емігранти з України, опинившись в Ізраїлі, відразу переходять на інтерфероване мовлення зі значною часткою слів і цілих висловів на івриті. На нашу думку, така стрімка мовна інтерференція нових емігрантів викликана низкою взаємопов'язаних причин: по-перше, вони намагаються якомога швидше опанувати державну мову, необхідну для комфортного проживання у країні; по-друге, стикаються з певними реаліями, добрати назву яким у рідній мові буває непросто. Але найвагоміша, на нашу думку, причина полягає у простому наслідуванні: новоприбулий емігрант чує, як спілкуються емігранти, так би мовити, "зі стажем", і прагне не виділятися на їхньому фоні. Домішок слів та фраз на івриті робить мовця "своїм", допомагає йому швидше асимілюватися, додає престижу і справляє враження, ніби людина вже давно проживає тут і знається на всіх особливостях життя у країні. Даються взнаки і певні очікування оточуючих, які передбачають, що людина буде поводити себе так, а не інакше. З очікуваннями людей, що оточують мовця, як відомо, тісно пов'язане поняття соціальної ролі – типової мовленнєвої поведінки особистості в соціумі, що зумовлена її становищем у суспільстві і правилами поведінки, прийнятими у тій соціальній групі, до якої ця особистість належить [4, с. 445]. Отже, новий емігрант починає послуговуватися інтерферованим мовленням, оскільки так спілкуються оточуючі, й вони очікують і від нього такої самої манери спілкування. Наприклад, від емігрантки з лише двомісячним стажем ми почули таку фразу (тут і далі приклади наводимо мовою оригіналу з транслітерацією запозичених слів засобами цієї самої мови):

*"Вот вчера моя знакомая, **ле дугма**, заказала у вас подобную услугу"* (івр. *ле дугма – наприклад*).

Здавалося б, який резон уживати івритську фразу на місці ідентичної за змістом російської? Але, беручи до уваги те, що розмова відбувалася з представником агенції з надання екскурсійних послуг, розуміємо, що респондентка у розмові підсвідомо намагалася видати себе за "свою", емігрантку зі стажем, оскільки в Ізраїлі до цієї соціальної групи ставлення геть інше, ніж до новоприбулих. Власне, таке наслідування апріорі ненормативного мовлення суто з принципу "говорю так, як говорять інші" тягне за собою неадекватне оцінювання власного мовлення, нехтування рідною мовою *("яка різниця, адже у цій країні вона все одно нікому не потрібна"*), що відтак спричинює деградацію мовної свідомості, фактично зводячи її нанівець [6, с. 23-26].

Наразі поміркуймо над тим, які розряди мовних одиниць потрапляють до інтерферованого мовлення наших мігрантів у країнах Сходу, а вже відтак на базі цього спробуймо простежити зрушення мовної ідентичності наших колишніх співвітчизників.

Очевидно, що першими до активного мовленнєвого вжитку емігрантів потрапляють лексеми на позначення місцевих реалій, які являють собою безеквівалентну лексику. Існування такого роду слів є природним в інтерферованому мовленні й не потребує зайвих пояснень. Власне, не буде помилкою навіть стверджувати, що інтерфероване мовлення мігрантів і перетворюється на інтерфероване саме з потраплянням до нього слів-реалій. Реалію, як пам'ятаємо, визначають як монолексемну чи полілексемну одиницю, що містить у собі як основне лексичне значення традиційно закріплений комплекс краєзнавчої інформації, чужої для об'єктивної дійсності мови реципієнта (визначення Р.П. Зорівчак) [2, с. 142]. Реалії є віддзеркаленням релігійної, історичної, міфологічної картини світу народу, являючи собою маркери традицій та побуту певної культури [5, с. 287]. В інтерферованому мовленні емігрантів наявні всі розряди реалій:

1) побутові реалії, що стосуються житла, інструментів, одягу, кухні, професій і роду занять, грошей [2, с. 142] (івр. *хумус – хумус (паста із бобових)*, *метапелет – доглядальниця за літніми*; яп. *хаші – палички для їжі*, *місоширу – суп місо*);

2) етнографічні та міфологічні реалії, що охоплюють етнічні й соціальні групи, регіональні звертання, народні свята й танці, назви богів, казкових і міфологічних персонажів [2, с. 142] (івр.

ашкеназі – ашкеназійський єврей (родом зі Східної Європи), *Песах – свято Пейсах*, *шабат – субота, святий день*; яп. *Хінамацурі – свято Хінамацурі*, *Аматерасу – богиня Аматерасу*);

3) реалії світу природи, до яких належать назви тварин, рослин, ландшафтів [2, с. 142-143] (івр. *цабар – солодкий плід кактуса*; яп. *танукі – єнотоподібний собака*, *вакаме – водорості вакаме*);

4) реалії державно-адміністративного устрою і суспільного життя, які охоплюють назви адміністративних одиниць і державних інститутів, суспільних організацій і партій, підприємств і закладів торгівлі, військових та поліцейських підрозділів, громадських професій і посад [2, с. 143] (івр. *гітнахалут – єврейське поселення на палестинській території*, *бітуах-леумі – національне страхування*, *кібуц – кібуц*; яп. *коккай – парламент Японії*, *комбіні – крамничка*, *Джіейтай – Сили самооборони*);

5) ономастичні реалії, що вказують на національну належність назви – загальні антропоніми, індивідуальні антропоніми (імена видатних діячів країни), звичайні топоніми, меморативні топоніми, імена літературних героїв, назви стадіонів, аеропортів тощо [2, с. 143] (івр. *Давід – Давид*, *Натбаґ – аеропорт Бен-Гуріон*; яп. *Наріта ку:ко: – аеропорт Наріта*, *Тойотомі Хідейоші – полководець Тойотомі Хідейоші*, *Асакуса – токійський район Асакуса*);

6) асоціативні реалії, у межах яких В.С. Виноградов виділяє: рослинні символи, анімалістичні символи, кольорові символи, загальнокультурні фольклорно-літературні та історичні алюзії, мовні алюзії – натяки на відомий фразеологізм [2, с. 142] (івр. *кріат Ям Суф – розсування Червоного моря* (вислів зі Старого Заповіту, переносно – щось неможливе, надскладне), *цабар – солодкий плід кактуса*, а також *корінний ізраїльтянин* (як і плід кактуса, зовні непривабливий, але добрий усередині), *мегілат Естер – сувій Есфір – стос паперів, велика за обсягом писанина* (пор. укр. *талмуд*); яп. *кіку – хризантема* – квітка-символ Японії, *аой – блакитний колір* – символ молодості, *то:куте чікакі ва данджьо-но нака – пристрасть між чоловіком і жінкою спалахує несподівано* (вислів нині є фразеологічним, але його автор – Сей Шьонаґон), *шірану ґа бака* (*незнання – це дурість*) – жартівлива алюзія на фразеологізм *шірану ґа Хотоке* (*незнання – це святість самого Будди*).

Ці та інші реалії повсякчас потрапляють до інтерферованого мовлення емігрантів, наприклад:

"Вчора їздили на ***Ханабі-кай"*** (яп. *Ханабі-кай – традиційний фестиваль феєрверків*);

*"Я саме зараз іду в **комбіні** скупитися"* (яп. *комбіні – невеличка крамниця*);

*"Взимку у нас було 6 градусів у приміщенні. З **котацу** взагалі не вилазила"* (яп. *котацу – традиційна піч*);

*"Це ж **цую** зараз"* (яп. *цую – сезон дощів у Японії*);

*"Були на **онсені"*** (яп. *онсен – курорт на термальних джерелах*);

*"Я все равно эту книжку в **фурухоне** купила"* (яп. *фурухон'я – букіністична крамниця*);

*"Вони з цим **"Коджінхо"** просто помішалися"* (яп. *Коджінхо: – Закон "Про персональні дані"*);

*"Коло нас немає **хякуена"*** (яп. *хякуен-шьоппу – магазин "Усе по 100 єн"*);

*"Мне надо еще забежать в **маколет"*** (івр. *маколет – (невеличкий) гастроном)*;

*"После **моцаэй шабата** откроется"* (івр. *моцаей шабат – вихід суботи* (вечір суботи, коли вже можна працювати);

*"Он в **эзор таасие** работает"* (івр. *езор таасія – нежитлова промзона на околиці міста*);

*"Я уже в **монитку** села"* (івр. *моніт – (маршрутне) таксі*).

Як бачимо, іншомовні слова-реалії нерідко стихійно набувають у мовленнєвому потоці українських чи російських закінчень і спроб відмінювання за правилами української / російської граматики, що є характерною рисою інтерферованого мовлення наших емігрантів.

Одначе інтерферентні явища у мовленні української еміграції не обмежуються лише вкрапленням іншомовних реалій у мовленнєвий потік. Зокрема, яскравою особливістю інтерферованого мовлення українських мігрантів є повсякчасне включення до мовленнєвого потоку низки іншомовних просторічних слів і висловів, похідних вигуків і слів-паразитів, які вживають і корінні мешканці країн Сходу. До речі, саме цей пласт іншомовної лексики поряд із реаліями відразу запозичують і нові емігранти. Наприклад:

"Бэсэдэр" (івр. *беседер – добре, гаразд, окей*);

***"Ма питом** я буду це делать?!"* (івр. *ма пітʼом – чого раптом*);

*"Это не то, чтоб **дафка"*** (івр. *дафка – спеціально, якраз, саме*);

*"Ну и шо, **ма зэ мэшане**?"* (івр. *ма зе мешане – яка різниця)*;

*"Ой, а я как раз вспоминала о тебе, **ма зэ** вспоминала о тебе, **хаваль аль а зман**!"* – івритський вислів *ма зе* важко перекласти, еквівалентним йому приблизно є *ой, як же* (дослівно *що це*); *ха-*

валь аль а зман – вислів-паразит без конкретного значення, що може бути перекладений як *хай йому грець, просто немає слів, щось неймовірне* (дослівний переклад *шкода часу*);

"Кусо!" (японський вульгаризм, дослівно *лайно*, можна перекласти як *от халепа!*);

"Наруходо" (японський похідний вигук, що у мовленні нерідко виступає як слово-паразит, приблизно означає *так, дійсно, Ви маєте рацію*);

"Та ну! ***Усо!"*** (яп. *усо – брехня*; у просторічному мовленні – *женеш, не вірю*);

"Це був реальний ***шіцурей"*** (яп. *шіцурей – грубість*, але слово набуло етикетного значення і почало позначати будь-яку поведінку, що не відповідає японським канонам увічливості, а також дії, що можуть зачепити зону комфорту співрозмовника і змусити його почуватися ніяково; окрім цього *шіцурей* перетворилося на формулу вибачення за всі можливі незручності, яких тільки можна своєю поведінкою чи словами завдати співрозмовникові);

"та це ***чьотто****..."* (яп. *чьотто* – дослівно *трохи*, але слово набуло клішованого вживання на позначення ввічливої відмови чи заперечення слів співрозмовника замість слова "ні", оскільки "ні" у японській культурній традиції трактують як надзвичайно різке і грубе, тож мовці всіляко намагаються його уникати, вживаючи натомість *чьотто* як своєрідний евфемізм).

Як бачимо, такі одиниці нерідко важко перекласти дослівно, вони, вочевидь, були засвоєні в результаті повсякчасного спілкування з місцевим населенням, і їхнє відтворення доведене до автоматизму, як і вживання слів чи висловів такого штибу в будь-якій мові загалом. Автоматичне включення таких іншомовних одиниць до мовленнєвого потоку спричинене, як ми вважаємо, також законом економії зусиль, або ж найменшого спротиву, коли мовці не бажають докладати зайвих зусиль задля того, щоби зробити своє мовлення правильним і грамотним. Дійсно, у стихійному мовленнєвому потоці дуже важливою є швидкість і максимальна зрозумілість для реципієнта, і, якщо для співрозмовника так само звично чути і вживати розмовні елементи з новозасвоєної мови, то він навпаки здивується й не зрозуміє, почувши переклад останніх на українську / російську. Окрім цього, переклад таких одиниць вимагає зайвих зусиль і від мовця, що веде за собою уповільнення реакції й гальмування процесу комунікації.

Окрім іншомовних слів на позначення місцевих реалій та етикетних чи просторічних кліше до інтерферованого мовлення мігрантів потрапляють також іншомовні слова на позначення предметів зі сфери новітніх досягнень науки і техніки, що були невідомі емігрантам на батьківщині, а тому іншомовні назви цих предметів у лексиконі наших колишніх співвітчизників є єдиними і не мають перекладних відповідників. Цю групу слів спостерігаємо, зокрема, в інтерферованому мовленні емігрантів, які полишили Україну 20 і більше років тому. У цьому разі запозичене слово ввійшло до лексикону емігрантів разом із новим, невідомим їм раніше поняттям:

"Ой, как душно. Включи ***мазган"*** (івр. *мазган – кондиціонер*);

"Разогрей в ***микрогале"*** (івр. *мікроґаль – мікрохвильова піч*);

"Перезвони мне на ***пелефон"*** (івр. *пелефон – мобільний телефон*);

"Мне еще забежать в ***каспомат*** *снять деньги с* ***картиса"*** (івр. *каспомат – банкомат* і *картіс – (банківська) картка*);

"В ***джидохамбайки*** *дешевле"* (яп. *джідо:хамбайкі – автомат із продажу напоїв, тютюну, квитків тощо*);

"Ми купили ***кейджідошя****, вона економна на пальне, тому податки суттєво менші навіть порівняно з міні-авто"* (яп. *кейджідо:шя – малолітражний автомобіль нового покоління*).

Нерідко при цьому іншомовні іменники емігранти пристосовують під морфологічні особливості рідної мови, намагаючись їх відмінювати за правилами граматики рідної мови.

Однак, якщо включення до інтерферованого мовлення іншомовних слів-реалій, слів-паразитів і слів на позначення новітніх здобутків науки і техніки ще можна якось пояснити, то причини запозичення цілої низки іншомовних слів, які мають повноцінні відповідники в українській чи російській мовах, обґрунтувати вельми складно. Річ у тім, що інтерфероване мовлення української еміграції як у Японії, так і в Ізраїлі, рясніє іншомовними словами, запозичувати які здавалось би, немає жодної причини. Напевно, у цьому й полягає вся стихійність та асистемність явища змішування мов, за якого теоретично будь-яке слово із новозасвоєної мови може потрапити до мовленнєвого потоку. Тут, вочевидь, можемо погодитися з Л.Т. Масенко в тому, що хаотичність і спонтанність інтерферованого мовлення свідчить про те, що воно радше являє собою сукупність ідіолектів, оскільки різні мовці можуть до свого мовлення включати різні іншомовні слова [3, с. 72]. Наведемо кілька прикладів:

*"Он работает на **мифале"*** (івр. *міфаль – завод*);

*"Надо поехать в Украину встретиться с **мишпахой"*** (івр. *мішпаха – сім'я*);

*"Зі мною одна дівчина працює на **нікайоні"*** (івр. *нікайон – прибирання*);

*"Ви підете на **месібу**?"* (івр. *месіба – вечірка*);

*"Ніяка я не **біджін"*** (яп. *біджін – красуня*);

*"Я тільки прошу натякати мені про свої вподобання, а я вже зроблю **бесуточьойсу"*** (яп. *бесуто-чьойсу – найкращий вибір*, вислів прийшов у мову з англійської);

*"В мене все-таки з нею **айшьо ґа варуй"*** (яп. *айшьо: ґа варуй – погані стосунки*);

*"Я не хочу бути **шюфу"*** (яп. *шюфу – домогосподарка*);

*"У нас треба виходити в **ґенкан**, щоби побачити, хто прийшов"* (яп. *ґенкан – передпокій*).

Таким постало перед нами інтерфероване мовлення українців Японії та Ізраїлю. Поміркуймо тепер над тим, як же у цьому мішаному мовленні виявляється зміна мовно-культурної ідентичності. Ще на самому початку нашої розвідки ми вказали мовно-культурну характеристику Ізраїлю та Японії: Ізраїль – галасливий, емоційний, прямолінійний; Японія – стримана, підкреслено ввічлива, делікатна. Недаремно одними з перших іншомовних слів і висловів, які в емігрантів потрапляють до активного вжитку, стають:

– *хуцпа* (*нахабство*) в Ізраїлі і *шіцурей* (*вибачте мене за мою грубість*) у Японії;

– *ма пітом?* (*чого це раптом?*) в Ізраїлі й *чьотто* (*це трохи незручно*) в Японії;

– *ма ата омер?* (*що це ти кажеш?*) в Ізраїлі й *мо:ші ваке арімасен* (*мені немає прощення*) в Японії.

Засвоюючи ці частотні мовні одиниці, наші емігранти всотують і весь той культурний пласт, який лежить у їхній основі, всі комунікативно-поведінкові стереотипні ситуації, які вживання цих слів передбачає:

*"Шо це за **хуцпа мин а клаль**?"* (*надзвичайне нахабство*);

*"Не поняла, **ма зе а хуцпа а зот**?!"* (*що це за нахабство таке*);

*"Здесь надо быть **хуцпани"*** (*нахабний*);

*"**Ма питом** я буду це делать?"* (*чого раптом*);

*"**Лё, ма питом**?!"* (*ні, чого це раптом*);

*"Тебе не кажется, шо це вже **йотер мидай**?"* (*йотер мі дай – занадто*);

*"**Ма зот омерет**?!"* (*що це значить*);

*"Це не буде **шіцурей**?"* (*грубо, негарно*);

*"Тепер відмовитись – це величезне **шіцурей**"* (*грубо, негарно*);

*"Це буде **чьотто** складно"* (*трохи незручно*; вся фраза виступає евфемізмом до слова "ні" і є дуже частотною у ситуаціях ввічливої відмови).

При цьому набута комунікативна поведінка, непритаманна українцям, виявляється навіть там, де очевидного інтерферованого мовлення не спостерігаємо:

"Чо це вдруг?!";

"С какого такого перепугу?!";

"Мені тепер здається, що така щедрість це якось ненормально, дико, величезна послуга мені, за яку я не знатиму, як віддячити";

*"Трохи прикро, що це був **гірі-пурезенто** з твого боку. Вибач"* (*вимушений подарунок* – подарунок у відповідь, що не був запланований, але його треба дарувати, оскільки перед цим щось подарували тобі);

"Дякую, що так реагуєш!".

Виходить, що в українських емігрантів, які постійно проживають в Ізраїлі та Японії, разом із появою інтерферованого мовлення відбувається зміщення мовно-культурної ідентичності: інтерферованe мовлення українців Японії втілює відчуття необхідності повсякчас перепрошувати, дякувати, уникати прямолінійності (що притаманне ідентичності японців); а інтерфероване мовлення українців Ізраїлю пов'язане з відчуттям природності різкого реагування на фрази співрозмовника, апелювання до емоцій, гіперболізації (що є характерним для мовленнєвої поведінки ізраїльтян).

Отже, підіб'ємо підсумки: 1) до інтерферованого мовлення (яке притаманне емігрантам із будь-яким стажем) потрапляють різнорідні й різностильові івритські та японські слова (серед яких особливе місце посідають реалії), при цьому вони зазнають спотворень за граматичними правилами української / російської мови; 2) ключовими мовними одиницями, що потрапляють до мовленнєвого фонду емігрантів, є івр. *хуцпа* і яп. *шіцурей*; 3) інтерфероване мовлення українських емігрантів в Ізраїлі та Японії тягне за собою зміщення мовно-культурної ідентичності, що свідчить про мовну і культурну адаптацію емігрантів у чужому мовно-культурному середовищі.

На нашу думку, актуальним напрямом подальших досліджень соціолінгвістичної природи мовлення українських емігрантів є з'ясування тієї межі, коли інтерферероване мовлення перетворюється на мішане, й остаточно стирається межа між усвідомленням мовцем розмежування двох мов.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ажнюк Б. М. Мовна єдність нації: діаспора й Україна / Б. М. Ажнюк. – К.: Видавничий дім Дмитра Бураго, 1999. – 452 с.; 2. Кияк Т. Р. Перекладознавство (німецько-український напрям) : підручник / Т. Р. Кияк, А. М. Науменко, О. Д. Огуй. – К.: Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет", 2008. – 543 с.

3. Масенко Л. Т. Суржик: між мовою і язиком. – К.: Видавничий дім "Києво-Могилянська академія", 2011. – 135 с.

4. Матвеева Т. В. Полный словарь лингвистических терминов / Т. В. Матвеева. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2010. – 562 с.

5. Пилипчук М. Стратегії очуження та одомашнення в перекладі українських реалій // Фаховий та художній переклад: Теорія, методологія, практика : зб.наук.пр. – К.: Аграр Медіа Груп, 2016. – С. 287-291

6. Селігей П. О. Мовна свідомість: структура, типологія, виховання. – К.: Видавничий дім "Києво-Могилянська академія", 2012. – 118 с.

Надійшла до редколегії 29.10.17 р.

Комарницкая Т. К., канд. филол. наук, ассист.
Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, Киев

ИНТЕРФЕРЕНТНЫЕ ЯВЛЕНИЯ В РЕЧИ УКРАИНСКОЙ ЭМИГРАЦИИ КАК СВИДЕТЕЛЬСТВО ИЗМЕНЕНИЯ ЯЗЫКОВО-КУЛЬТУРНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ (СРАВНЕНИЕ РЕЧЕВОГО ПОВЕДЕНИЯ УКРАИНЦЕВ, ПРОЖИВАЮЩИХ В ЯПОНИИ И ИЗРАИЛЕ)

Рассмотрена интерферированная речь украинских эмигрантов в Израиле и Японии, предпринята попытка классифицировать иноязычные слова, включающиеся в нее, и продемонстрировать смещение языково-культурной идентичности эмигрантов на основе их интерферированной речи.

***Ключевые слова**: языковая интерференция, интерферированная речь, иврит, японский язык, языково-культурная идентичность.*

Komarnytska T., PhD in philology, teaching assistant
Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv

THE INTERFERENCE PHENOMENA IN THE SPEECH OF UKRAINIAN EMIGRANTS AS THE EVIDENCE OF THE LANGUAGE AND CULTURE IDENTITY'S CHANGE (A COMPARISON OF THE SPEECH OF UKRAINIANS LIVING IN JAPAN AND ISRAEL)

The mixed speech of Ukrainian emigrants in Israel and Japan is analyzed; an endeavor is made, to classify the foreign words in it, as well as to demonstrate the shift of the language and culture identity of the emigrants based on their language interference.

***Key words**: linguistic interference, interfered speech, Hebrew, Japanese, language and culture identity.*

УДК 811.521'367:81'271.16

Комісаров К. Ю., канд. філол. наук, докторант
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

СИНТАКСИЧНИЙ РІВЕНЬ ЯПОНСЬКОЇ МОВИ ЯК ІНДИКАТОР СВІТОГЛЯДНИХ ОСНОВ ЯПОНСЬКОГО ЕТНОСУ

Досліджено специфіку синтаксису японської мови, засновану на базовій структурі японського речення й особливостях членів речення із приділенням особливої уваги єднальним засобам; виявлено етноспецифічне у зв'язку з особливостями застосування відмінкових показників японського іменника; коротко охарактеризовано головні форми словозміни як засоби об'єктивації пізнавальної діяльності японського етносу на синтаксичному рівні.

***Ключові слова**: синтаксис, когнітивна семантика, лінгвокультура, міжмовна інтерференція, члени речення, відмінкові показники іменника, форми словозміни.*

В останні десятиліття у процесі вивчення синтаксису японської мови головна увага дослідників почала зосереджуватися на комунікативних і стилістичних можливостях синтаксичних побудов. При цьому неодноразово говорилося про необхідність концентруватися на морфологічних і семантико-синтаксичних особливостях саме японської мови, орієнтуючись на такі основні принципи контрастивної лінгвістики, як висвітлення збігів і розбіжностей у використанні мовних засобів різними мовами; визначення особливостей кожної з порівнюваних мов, особливостей, які можуть залишитися поза увагою при суто "внутрішньому" вивченні мови; запобігання інтерференції при опануванні іноземних мов і при перекладі.

Нині ж дедалі більший науковий інтерес викликають дослідження синтаксису мови в когнітивному ключі завдяки здатності синтаксичних одиниць об'єктивувати зв'язки й відношення між фрагментами навколишнього світу. Ми переконані, що когнітивно-синтаксичний аналіз дозволить з'ясувати механізми формування елементів синтаксису як засобів об'єктивації пізнавальної діяльності японського етносу одиницями мови й мовлення. Це, насамперед, і визначає **актуальність** нашої наукової розвідки. До того ж, як свідчать багаторічні спостереження одного із корифеїв японської теоретичної лінгвістики Мацуші-ти Дайдзабуро, якщо мати під рукою підручник із синтаксису англійської мови та японсько-англійський словник, то навчитися складати елементарні англійські речення не буде великою проблемою, однак зворотного стверджувати не можна: якщо носії англійської мови без

достатнього досвіду вивчення японської намагаються скласти елементарні японські речення, спираючись лише на граматичний довідник та англо-японський словник, повсякчас виникають значні труднощі. Ми не позиціонуємо наше дослідження як компаративне, однак не можемо цілковито уникнути сприйняття синтаксичних явищ японської мови та трактування їх із погляду носія іншої лінгвокультури. Такої самої позиції тримаються і провідні японські лінгвісти – навіть якщо в центрі уваги дослідника перебуває японська мова, неможливо повністю утриматися від проведення паралелей з іншими національними мовами та відповідними лінгвокультурами [5, с. 15]. І, нарешті, звернення до когнітивного аспекту постає важливим у плані вивчення синтаксису за допомогою поєднання понятєво-термінологічного апарату когнітивно-дискурсивної парадигми та більш традиційних лінгвістичних напрямів, лінгвістики та стилістики тексту зокрема [2, с. 198].

Якщо виходити зі сказаного вище, неважко сформулювати **мету** нашого дослідження – окреслити головні підходи до вивчення речення та виявити етноспецифічне на синтаксичному рівні японської мови. У цій невеликій за обсягом розвідці ми змушені обмежитися найзагальнішими питаннями в царині синтаксичної науки, що спонукало нас поставити перед собою такі **завдання**: окреслити основні підходи до вивчення смислу речення; дослідити специфіку синтаксису японської мови, засновану на базовій структурі японського речення й особливостях членів речення, приділяючи особливу увагу єднальним засобам; виявити етноспецифічне у зв'язку з особливостями застосування відмінкових показників японського іменника; коротко охарактеризувати головні форми словозміни для вираження граматичних категоріальних значень як засоби об'єктивації пізнавальної діяльності японського етносу на синтаксичному рівні.

За словами Н. Д. Арутюнової, синтаксис, завданням якого є дослідження життя речення, зазвичай обмежувався вивченням його формальної будови безвідносно до семантики й без урахування комунікативної мети. Будучи розділом граматики, синтаксис намагався не виходити за межі власне граматичних категорій і віддавав належне семантиці здебільшого спробами виявити значення синтаксичних зв'язків і визначенням функцій другорядних членів речення. Ані природа значення речення, ані семантичні типи речень, ані семантичні типи суб'єктів і предикатів, ані взаємодія формальної та семантичної структур речення не були до останнього часу предметом спеціального аналізу [1, с. 5].

Цікавими роздумами про значення ділиться видатний японський лінгвіст Терамура Хідео: "Говорячи про "значення" як таке, ми можемо, зокрема, розмірковувати про "значення" певного витвору мистецтва або ж дискутувати щодо "значення" якоїсь історичної події, проте нині хотілося б поговорити не про таке складне для розуміння значення, а про доволі просте, спираючись на яке ми ведемо наше повсякденне життя – це те значення, що його розуміє кожен носій відповідної лінгвокультури, почувши сказане чи прочитавши написане рідною мовою" [5, с. 11].

Наскільки мовне значення можна вважати простим – питання, звісно ж, дискусійне. Не заперечує цього і згаданий вище дослідник. Так, зокрема, він наводить два однакові за лексичним наповненням і майже ідентичні за структурою речення: **(1)**お姉ちゃんが帰ってきたら、すぐピアノの練習だ; **(2)**お姉ちゃんは帰ってきたら、すぐピアノの練習だ *Коли повернеться старша сестра – одразу вправи на фортепіано*. Єдина різниця тут полягає у формальних показниках підмета: 〜が /ґа/ (рематичний підмет) і 〜は /ва/ (тематичний підмет). Однак, ці два речення викликають ряд міркувань у когнітивній і контрастивній площині. Наш варіант перекладу є максимально наближеним до структури обох вихідних речень і, водночас, достатньо адекватним із погляду мови друготвору. Проте, якщо замислитись, він не містить жодної вказівки на те, хто виступає агенсом у другій предикативній частині. Що ж до оригінальних речень, то пересічний носій японської мови скаже, що в реченні (2) це старша сестра, а в реченні (1) – якась інша особа. Щоб було зрозуміло, що обидві дії виконує старша сестра, у межах мови перекладу можна вдатися щонайменш до таких трансформацій: а) *Коли повернеться старша сестра, вона одразу ж робитиме вправи на фортепіано*; б) *Старша сестра, коли повернеться, одразу ж робитиме вправи на фортепіано*. Вербалізація цієї ситуації засобами японської мови за такими схемами не відбувається. Якщо ж дію другої предикативної частини виконує інша особа, доведеться спершу вивести її з контексту, а потім – обов'язково згадати при перекладі: *Коли повернеться старша сестра, я одразу ж виконуватиму вправи на фортепіано* (залежно від контексту, замість "я" можуть бути "молодший брат", "мама" чи інші особи). Для японської лінгвокультури достатнім буде лише встановлення агенса за конситуацією – експлікувати ж його не тільки не обов'язково, але й не бажано, оскільки втратиться припустимий за цих обставин лаконізм висловлювання. Окрім того, слід неодмінно зазначити, що схема речень (1) і (2) є класичним репрезе-

нтантом динамізму ситуації, імплікація якого відбувається за рахунок використання складеного іменного присудка замість дієслівного з прямим додатком: дві дії сприймаються як майже нерозривні, а через те, що друга предикативна частина є фактично номінативним реченням, відбувається загострення уваги реципієнта інформації саме на вправах на фортепіано, а отже – тут імпліцитно передано також їхню важливість для агенса. Порівняймо: **(3)** お姉ちゃんは帰ってきたら、すぐピアノの練習をする。 За такої синтаксичної побудови відбувається, здебільшого, ординарний опис розгортання дій у часі, і навіть прислівник "すぐ /сугу/ *одразу*" не здатен достатньою мірою передати сему "динамізм", оскільки не володіє відповідним потенціалом. На нашу думку, не буде перебільшенням вважати навіть, що його прагматичний потенціал розкривається лише в комплексі з потенціалом синтаксичних засобів. Синтаксичне оформлення є своєрідним каталізатором для реалізації потенціалу лексики. На такі міркування наштовхують, зокрема, типові схеми вираження припущення в японській мові, за яких уживання одних лише лексичних одиниць зі значенням імовірності без відповідного синтаксичного супроводу взагалі неприпустиме, позаяк буде кваліфіковане як типове порушення мовної норми: **(4)** 多分、明日雨が降るだろう。*Мабуть, завтра дощитиме*; **(5)** よく勉強していますから、きっと合格するでしょう。[6, с. 57] *Напевне, успішно складе іспит, бо добре навчався*; **(6)** もしかしたら３月に卒業できないかもしれません。[6, с. 57] *Може статися так, що у березні не зможу закінчити університет*. Прислівники 多分 /табун/, きっと /кітто/, もしかしたら /мошікашітара/ тіа подібні до них виконують важливу функцію з погляду ймовірнісного прогнозування, позаяк найчастіше стоять на початку предикативної одиниці, однак, навіть якщо їх опустити, речення не втратить свого значення, чого не можна сказати про форманти ～だろう /даро:/, ～でしょう /дешьо:/, ～かもしれません /камо шіремасен/ і багато інших – їхнє вживання не є факультативним за нормою мови, і саме граматичні елементи є головними репрезентантами ситуації як реальної, імовірної, уявної, неможливої тощо.

Особливості вербалізації предиката теж заслуговують на увагу [5, с. 12]: **(7)**折り返し点の手前で追い上げてくるのを見て、スピードを上げた *На розвороті я помітив, що він наздоганяє мене, і додав швидкості*; **(8)**折り返し点の手前で追い上げてくると見て、スピードを上げた*Я передбачив, що він може наздогнати мене на розвороті, і додав швидкості*.

Тепер зосередимося безпосередньо на проблемі інтерпретації синтаксичних явищ японської мови. Насамперед, розглянемо два приклади речень із граматичними засобами зв'язку, які можна вважати омонімічними [5, с. 12]: **(9)** 数が足りないの に気がついた *Помітив, що не вистачає (Звернув увагу на те, що кількість є недостатньою)*; **(10)** 数が足りないのに何も言 わなかった *Не вистачало (кількість була недостатньою), але нічого (на те) не сказав.* У реченні (9) "のに /ноні/" є поєднанням субстантиватора の /но/ з показником відмінку іменника 〜に /ні/ і слугує для передачі зв'язку між предикатом і об'єктом. Речення (10) складається з двох предикативних одиниць, пов'язаних протиставними смисловими відношеннями, і のに /ноні/ тут виступає сполучником.

На перший погляд може здатися, що проілюстроване явище є цікавим хіба що для лінгводидактики (у процесі навчання іноземців японської мови), а з погляду когнітивної семантики наведені приклади не становлять інтересу, проте, якщо пам'ятати, що одним із головних положень згаданого напряму когнітивної лінгвістики є те, що генератором значень висловлювань є людина як носій когніції, яка обирає власний або нав'язаний їй мовою спосіб інтерпретації дійсності [3, с. 216], то виникає питання, чому мовне представлення описаних ситуацій регулярно відбувається саме в такий спосіб, а омонімія не стає на заваді адекватної інтерпретації висловлювань (те саме явище можна проілюструвати також омонімією між поєднанням の /но/ + で /де/ і сполучником підрядності ので /ноде/ і ще рядом схожих випадків). Вірогідно, для носія японської мови, на відміну, скажімо, від іноземного студента-початківця, семантика дієслова-присудка та його валентність, з одного боку, і конситуативні чинники, з іншого, є достатнім знаряддям інтерпретації у таких ситуаціях.

Щоправда, такий приклад може спантеличити і представника японської лінгвокультури: **(11)** 数が足りないのに気がつかなかった。 а) *Не помітив, що не вистачає*; б) *Не вистачало, але він того не помітив!* У цьому випадку слід неодмінно встановити, що саме малося на увазі, оскільки варіант інтерпретації (а) пов'язаний із простою констатацією факту, тоді як у варіанті (б) помітна експресія, і міститься елемент осуду за недбалість, що, імовірно, призвела до негативних наслідків. У пригоді тут може стати контекстне оточення чи попередні знання комунікантів.

Ще одним головним положенням когнітивної семантики є те, що той самий факт дійсності може отримати різні семантичні відповідники як в одній мові, так і в різних залежно від способу про-

філювання й бази як підґрунтя семантизації [3, с. 216]. Щодо прикладу (11), то тут можуть виникнути суперечки відносно того, описує це речення один і той самий факт чи різні факти. Щоби краще проаналізувати наведене положення на основі мовного матеріалу, перейдемо від омонімії до полісемії в царині граматики.

Японський сполучник підрядності ため（に） /таме(ні)/ може справедливо вважатися полісемантичним на тій підставі, що слугує для передачі двох видів смислових відношень між предикативними частинами речення: причинно-наслідкові відношення та смислові відношення між метою і способом її досягнення: **(12)** 大雪のために、列車のダイヤは大幅に乱れている。[4, с. 135] *Через сильні снігопади суттєво порушився графік руху поїздів*; **(13)** 目覚まし時計がならなかったために、遅刻した。[4, с. 135] *Через те, що не задзвонив будильник, я спізнився*; **(14)** 将来自分の店を持つために、貯金しています。[6, с. 136] *Я збираю гроші, щоб у майбутньому мати власну крамницю*; **(15)** 健康のために、何かしていますか。[6, с. 136] *Ви щось робите для здоров'я?* У таких випадках за самою лише семантикою предикативних частин не важко визначити вид смислових відношень між ними.

Проте не всі полісемантичні засоби японської граматики демонструють такий ефект. Так, зокрема, для складнопідрядних речень із формантом ～たら /тара/, у яких знаходять вираження темпоральність і кондиційність, можна, з одного боку, констатувати прозоре вираження або часу, або умовності: **(16)** １０時になったら、出かけましょう。*Вирушаймо о десятій (Коли настане десята година, вирушаймо)*; **(17)** 受付の人に聞いたら、親切に教えてくれるよ。[4, с. 8] *Якщо запитати у чергового адміністратора, тобі люб'язно про все розкажуть*. З іншого боку, можуть бути й випадки, коли без аналізу контексту чи ситуації та/або попередніх знань комунікантів вид відношень між частинами висловлювання встановити неможливо: **(18)** 田中さんが来たら、私に言ってください。*Коли/якщо прийде пан Танака, скажіть мені*. Слід зазначити, що нерідко при інтерпретації таких висловлювань не стають у пригоді ні конситуація, ні попередні знання комунікантів, і складається враження, що у таких випадках як кондиційність, так і темпоральність виявляються другорядними – значущість має лише сам факт: поява пана Танаки має потягнути за собою повідомлення про неї мовцю; зрозуміло, що повідомлення відбудеться не раніше, ніж пан Танака з'явиться, але мається на увазі й те, що він може взагалі не прийти.

Якщо бажають наголосити саме на темпоральності або на різних відтінках чи аспектах умовності, вдаються до використання інших конструкцій: **(19)** マイホームを買う時に、両親が援助してくれた。*Коли я купував собі житло, мене підтримали батьки*; **(20)** 春になれば、桜が咲きます。[6, с. 76] *Коли приходить весна, квітне сакура*; **(21)** 天気がよければ、向こうに島が見え ます。[6, с. 76] *Якщо погода гарна, то на протилежному боці видно острів*; **(22)** パソコンなら、秋葉原が安いよ。[4, с. 48] *Якщо (потрібен) комп'ютер, то в Акіхабарі можна дешево (його) придбати*; **(23)** 小さい頃に別れた母が今でも元気でいるなら、今年でもう７０歳になります。 [4, с. 58] *Якщо мати, з якою ми розлучилися, коли я був малим, досі жива і здорова, то їй має бути 70 років*; **(24)** 部屋に入ると、帽子をとった。[4, с. 35] *Увійшовши до кімнати, зняв капелюха*; **(25)** 体温が上がると、汗が出る。[4, с. 26] *Якщо температура тіла підвищується, виділяється піт*. У реченні (19) використано класичний сполучник часу. У реченні (20) хоч і є вказівка на час, зрозуміло, що прихід весни є обов'язковою умовою цвітіння сакури. У реченні (21) можна виявити не так темпоральний, як специфічний імпліцитний відтінок умовності – якщо бажаєш побачити острів, слід приїхати сюди в гарну погоду. Сполучник なら /нара/ у реченні (22) виконує функцію тематизації і передає кондиційність лише опосередковано, тоді як у реченні (23) він виконує свою основну функцію передачі ускладнених умовиводів, заснованих на умові. Майже ніяк не виявляє свого кондиційного значення сполучник と /то/ у реченні (24), оскільки головна увага сфокусована на часі, а точніше – на короткості проміжку часу між двома діями, проте, водночас, розуміється й те, що для того, щоб зняти капелюха, потрібно було спершу зайти до кімнати. Речення (25) є яскравою ілюстрацією основної функції сполучника と /то/ (передача значення жорсткої регламентованості реалізації дії чи стану головної предикативної частини реалізацією дії чи стану підрядної).

Тепер зосередимося на специфіці, заснованій на застосуванні відмінкових показників японського іменника (格助詞 /какуджьоші/). Потрібно, зокрема, знати, що дієслово 結婚する /кекконсуру/ *одружуватися* вимагає суб'єкт, оформлений відмінковою часткою ～が /ґа/ (або ～は /ва/, залежно від актуального членування), та об'єкт, оформлений часткою ～と /то/ (а не ～に /ні/ чи ～を /о/, появу яких у зв'язку зі згаданим дієсловом може спричинити міжмовна інтерференція): **(26)** 私は彼女と結婚したいです。*Я хочу з нею одружитися*. Використання тут саме частки ～と /то/ імплікує ідею партнерства на противагу односторонній дії або ж виконанню дії над об'єктом. На підтвердження

цього можна навести розповсюджене у сучасній мовленнєвій практиці речення з аналогічною будовою: **(27)** 私は友達と大阪へ行きたいです。*Я хочу поїхати з другом до Осаки*.

При вираженні пересування уздовж чогось використовується показник 〜を /о/, що традиційно застосовується для маркування об'єкта, над яким виконується дія (本を読む*читати книжку*): 道を歩く *йти дорогою*, 公園を散歩する*гуляти парком*, 空を飛ぶ*летіти по небу*. Вірогідно, те, уздовж чого відбувається пересування, сприймається японцями саме як об'єкт дії, а не, скажімо, її місце.

Прикладів, так би мовити, етноспецифічного використання відмінкових часток можна навести чимало, і всі вони спричиняють ускладнення у процесі оволодіння японською мовою на початковому етапі, оскільки не завжди підпорядковуються загальним правилам уживання відмінкових показників японського іменника. Вище було показано, як використання відповідної частки регламентується дієсловом, але іноді проблема полягає в тому, що до визначеної дієсловом частки потрібно підібрати відповідний іменник. Так, сказати японською мовою "прийдіть до мене" потрібно у такий спосіб: **(28)** 私のところへ来てくださ い。 Букв.: *Прийдіть до мого місця*. Замість ところ /токоро/ можуть уживатися іменники з більш конкретним значенням: 家 /учі/ *дім*, 会社 /кайшя/ *фірма* (або просто *місце роботи*), 研究室 /кенкю:шіцу/ *кабінет (професора, дослідника)* тощо. Річ у тім, що японська відмінкова частка 〜へ /е/ пов'язана, насамперед, із напрямом руху до певного місця, а особа не є місцем. Щоправда у сучасній мовленнєвій практиці закріпився вираз "歯医者へ行く*йти до стоматолога*". Проте, він, найвірогідніше, є винятком, і тут мається на увазі не лікар як особа, а стоматологічна клініка. Узагалі ж, коли носії японської мови радять звернутися до лікаря, вони, зазвичай, не пропонують до нього "йти": **(29)** 医者に診てもらったほうがいいですよ。*Вас має оглянути лікар* (букв.: *Вам варто зробити так, щоб вас оглянув лікар*); **(30)** 病院で診てもらったほうがいいですよ。*Вас мають оглянути в лікарні* (букв.: *Вам варто зробити так, щоб вас оглянули в лікарні*). Як бачимо, головна ідея, що вербалізується тут, полягає не у пересуванні, а власне в огляді.

Тепер поговоримо про форми словозміни. Абсолютний граматичний час у японській мові характеризується опозицією двох (а не трьох) часових планів: теперешньо-майбутнього (неминулого) і минулого. Дієслова у формі на -う/る /у/ру/, тобто у формі теперішньо-майбутнього часу нетривалого виду, найчастіше виражають постійні або повторювані дії, у тому числі повсякчасні, що дають предмету характеристику із вказівкою на його здатність виконувати згадану дію. Ця ж форма супроводжує дієслова, що виражають майбутні дії. Тепе-

рішнє й майбутнє сприймається як єдиний план; їхня диференціація здійснюється лексично й конситуативно: **(31)** 今日は車を買いに行く *Сьогодні підемо купувати машину*; **(32)** その人は結構お酒を飲む *Він вживає чимало алкоголю*. Двоплановість граматичного часу – одна з найяскравіших особливостей японської лінгвокультури, але є й інші. Так, наприклад, дієслівна форма на -おう/よう /о:/йо:/, що іноді вважається словоформою майбутнього часу, насправді передає майбутнє не дійсного, а умовного способу, причому не лише майбутнього, але й теперішнього. У мовленні про себе вона найчастіше виражає волевиявлення мовця, бажання виконати дію або заклик до спільної дії, спрямований на інших осіб.

Категорію виду складають два опозиційні значення: нетривалий вид (完了相 /канрьо:со:/) і тривалий вид (未完了相 /міканрьо:со:/). Окрім видів, виділяються субвиди, які наділені такими аспектуальними значеннями, як завершеність, результативність, повторюваність, що сполучаються зі значеннями обох видів. Форма тривалого виду має два основні різновиди свого значення: процесність (進行 /шінко:/, 継続 /кейдзоку/) і перфектність (結果 /кекка/). На прояв перфектного значення впливає конситуація й особливо специфіка семантики дієслова: перехідність і неперехідність, граничність і неграничність. Семантика неграничних дієслів не пов'язана у своєму розгортанні з обов'язковим досягненням кінця дії, якогось вирішального рубежу; тут не має місця швидкоплинність, миттєвість – виражається тривалість: 住む /суму/ *жити*, 歩く /аруку/ *ходити*, 泣く /наку/ *плакати* тощо. Граничні дієслова позначають дію, яка сполучена з досягненням кінця, переломного рубежу, певного результату; такі дії розгортаються швидко, миттєво: 来る /куру/ *прийти*, やめる /ямеру/ *припинити*, 死ぬ /шіну/ *умерти*, 入れる /ірeру/ *помістити*, 立つ /тацу/ *встати* тощо. Перфектне значення тривалого виду має декілька відтінків. У перехідних дієслів перфектне значення, сполучене зі значенням пасивності (діяч не вказується), виражається однозначно словоформою на -て/である /те/де ару/: **(33)** 田中さんにはもう連絡してありますか。*З паном Танакою уже зв'язалися?*

Підсистему стану в японській мові можна представити так: 1) активний (дійсний, прямий) стан (能動態 /но:до:тай/); 2) неактивні (непрямі) стани: а) пасивний стан (受身態 /укемітай/); б) спонукальний стан (каузатив; 使役態 /шіекітай/); в) спонукально-пасивний стан (пасивний каузатив; 使役受身態 /шіекіукемітай/). Говорячи про специфічність категорії грамати-

чного стану в японській мові, не можна не згадати того факту, що до деяких пасивних конструкцій дуже важко (приклад (34)), а іноді навіть неможливо (приклад (35)) дібрати активні відповідники: **(34)** それは無理だと考えられている*Вважається, що це неможливо*; **(35)** 雨に降られて、風邪を引いてしまった *Потрапив під дощ і застудився*. Субкатегорія спонукального стану, або каузативу, існує в мові для вираження значення примусу або дозволу виконати дію: **(36)** 部長が社員をウクライナへ出張させた。*Начальник відділу відрядив /змусив їхати у відрядження/ співробітника до України*. Через тенденцію до дотримання єдності точок зору в японській мові існує й субкатегорія спонукально-пасивного стану (пасивного каузативу): **(37)** 社員は部長にウクライナへ出張させられた。*Співробітник був відряджений /змушений їхати у відрядження/ начальником відділу до України*.

Проведене дослідження дозволило прийти до **висновків**.

1. Вивчення речення безвідносно до семантики і без урахування комунікативної мети є на тепер неперспективним. Натомість, вагомих результатів дозволяє досягти когнітивно-синтаксичний аналіз, позаяк є ключем до механізмів формування елементів синтаксису як засобів об'єктивації пізнавальної діяльності етносу одиницями мови й мовлення.

2. Говорячи про полісемантичність і поліфункціональність граматичних єднальних засобів японської мови, варто зазначити, зокрема, що переклад не завжди успішно відтворює всі наявні в японських реченнях значущі семи. Ефективність роботи над удосконаленням якості перекладу з метою адекватної передачі комунікативно релевантних сем безпосередньо залежить від здатності перекладача належним чином інтерпретувати етноспецифічні явища, які широко проявляються саме на синтаксичному рівні японської мови. Так, зокрема, те, що можна зрозуміти з контексту, ситуації чи спираючись на свої попередні знання, зазвичай не експлікується, і особливо значущим це є з огляду на лаконізм і динамізм.

3. Можна зробити попередній висновок про те, що відмінкові показники іменника (格助詞 /какуджьоші/) хоч і мають базові правила уживання, засновані зокрема і на семантиці, самі по собі не є носіями якихось ідей чи регулярними виразниками певних концептів.

4. Двоплановість граматичного часу є однією із найцікавіших особливостей японської лінгвокультури, що корелює, зокрема, із категорією способу: форма на -おう/よう /о:/йо:/, що іноді вважа-

ється словоформою майбутнього часу, насправді виражає майбутнє не дійсного, а умовного способу. Категорія граматичного виду також співвідноситься з категорією часу, що важливо усвідомлювати, досліджуючи національну мовну картину світу японської мови.

5. Розвиненість підсистеми стану пояснюється наявністю в японській лінгвокультурі тенденції дотримуватися єдності поглядів (視点統一 /шітен то:іцу/). Цим, вірогідно, можна пояснити також існування, окрім прямого пасиву, ще й опосередкованого.

Узагалі, якщо говорити про головні форми словозміни для вираження граматичних категоріальних значень як засоби об'єктивації пізнавальної діяльності японського етносу на синтаксичному рівні, то це питання належить, на жаль, не стільки до поточних досягнень, скільки до **перспектив** подальших досліджень японського синтаксису в когнітивному ключі. Так, ґрунтовної наукової розробки потребують особливості мовної репрезентації різноманітних дій і станів, фактів у часовій площині та безвідносно до часу, сподівань, прогнозів, складних умовиводів, просторових відношень, людських взаємин – тобто все те, про що може розповісти синтаксис у когнітивному висвітленні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Арутюнова Н. Д.* Предложение и его смысл (логико-семантические проблемы) / Н. Д. Арутюнова. – 3-е изд. стер. – М. : Едиториал УРСС, 2003.

2. *Олімська А. К.* Синтаксичний простір американських поетичних текстів у когнітивному висвітленні / А. К. Олімська // Науковий вісник ДДПУ ім. І. Франка. Серія "Філологічні науки". Мовознавство. – 2015. – № 3. – С. 198–205.

3. *Селіванова О.* Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія / О. Селіванова. – Полтава : Довкілля-К, 2006.

4. *有田節子*. 条件表現 / 有田節子, 蓮沼昭子, 前田直子. くろしお出版. – 東京, 2001. – 203頁. (日本語文法セルフマスターシリーズ).

5. *寺村秀夫*. 日本語のシンタクスと意味. – 第 I 巻. くろしお出版. – 東京, 1982. – 326頁.

6. みんなの日本語初級II. スリーエーネットワーク. – 東京, 1999. – 247頁.

Стаття надійшла до редколегії 18.04.2016 р.

Комиссаров К. Ю., канд. филол. наук, докторант,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

СИНТАКСИЧЕСКИЙ УРОВЕНЬ ЯПОНСКОГО ЯЗЫКА КАК ИНДИКАТОР ОСНОВ МИРОВОЗЗРЕНИЯ ЯПОНСКОГО ЭТНОСА

Исследована специфика синтаксиса японского языка, основанная на базовой структуре японского предложения и особенностях членов предложения с уделением особого внимания связующим средствам; выявлено этноспецифическое в связи с осо-

бенностями применения падежных показателей японского существительного; кратко охарактеризованы основные формы словоизменения как средства объективации познавательной деятельности японского этноса на синтаксическом уровне.

Ключевые слова: *синтаксис, когнитивная семантика, лингвокультура, межъязыковая интерференция, члены предложения, падежные показатели существительного, формы словоизменения.*

Komisarov K., PhD, doctoral candidate
Taras Shevchenko National University of Kyiv

SYNTACTIC LEVEL OF THE JAPANESE LANGUAGE AS AN INDICATOR OF IDEOLOGICAL BASES OF THE JAPANESE ETHNICITY

Specifics of the Japanese syntax related to the basic structure of the Japanese sentence as well as to distinctive features of its parts are investigated with special reference to conjugations; ethnically specific points are identified in relation to the usage of the Japanese noun case particles; the main forms of inflection are briefly described as a means of objectification for cognitive activity of the Japanese ethnicity at the syntactic level.

Keywords: *syntax, cognitive semantics, linguoculture, interlingual interference,parts of sentence, noun case particles, forms of inflection.*

УДК 81'1'27:316.776.23

Кондратюк Н. В., канд. філол. наук,
голов. спец. апарату Верховної Ради України

МАНІПУЛЯТИВНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ТАКТИК ФАЛЬШИВОГО УЗАГАЛЬНЕННЯ ТА "НАВІШУВАННЯ ЯРЛИКІВ" У КОНТЕКСТІ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ

Розглядається маніпулятивний потенціал мовних тактик фальшивого узагальнення та "навішування ярликів" як продуктивних засобів об'єктивації дискредитативної стратегії інформування аудиторії сучасними ЗМІ в умовах "інформаційної війни".

Ключові слова: *маніпуляція, вплив, стратегія, тактика, когнітивний, комунікативний, ЗМІ, стереотип, навішування ярликів, інформаційна війна.*

Засоби масової інформації на тепер відіграють провідну роль в усіх галузях соціальної взаємодії, регулюють інформаційні потоки в суспільстві, впливають на формування світоглядних орієнтирів і громадської думки. У контексті загострення будь-яких суспільно-політичних процесів, що їх віддзеркалюють засоби масової комунікації, мовне спілкування набуває особливого значення як інстру-

мент впливу на масову свідомість. За таких умов основною метою ЗМІ стає не стільки інформування аудиторії, скільки формування певного ставлення адресата до інформації, що передається, і цілеспрямований вплив на його світогляд. Цим зумовлений свідомий вибір маніпуляції як засобу спілкування з цільовою аудиторією для досягнення певних ідеологічних цілей владної еліти.

З огляду на це, мовне спілкування привертає особливу увагу науковців у галузі теорії комунікації, прагма- і психолінгвістики, журналістикознавства та соціології. Одним із актуальних нині напрямів лінгвістичних досліджень є вивчення маніпулятивного потенціалу засобів мовного спілкування як інструменту формування масової свідомості.

Вивчення маніпулятивного потенціалу мовних одиниць у комунікативному аспекті дає ключ до декодування інтенцій, намірів і стратегій передачі інформації сучасними ЗМІ, особливо в умовах загострення суспільно-політичних процесів і так званої "інформаційної війни".

Зазначимо, що в межах цього дослідження "маніпуляція" визначається як різновид прихованого мовленнєвого впливу, спрямованого на досягнення власних цілей суб'єкта, які не збігаються з намірами або протирічать бажанням та інтересам об'єкта впливу. При цьому здійснюється неусвідомлений із боку суб'єкта контроль над його свідомістю за допомогою викривленої, необ'єктивної подачі інформації, представленої у тексті [11, с. 27].

Варто зазначити, що маніпулятивний вплив, який здійснюють сучасні ЗМІ, незважаючи на уявну когнітивно-прагматичну складність, ґрунтується на простих, як правило, повторюваних стратегіях і тактиках, які використовуються не одне тисячоліття. Так, ще в одному з перших давньокитайських трактатів із військового мистецтва "Мистецтво війни" (VI–V ст. до н. е.) сформульовано загальні принципи стратегії й тактики ведення військових дій, положення яких активно використовуються сучасними ЗМІ в умовах "інформаційної війни": дії в умовах протистояння з супротивником є ефективними у тому випадку, коли вони побічно пов'язані з діями супротивника, здійснюються за принципом непрямих дій із приховуванням істинних намірів, правдивої інформації про стан речей: "Війна, – зазначено у трактаті, – ґрунтується на застосуванні обману ... Тому сильний прикидається

слабким, використання одного засобувидається за використання абсолютно іншого, близьке представляється як далеке, а далеке як близьке" [13, с. 112]. Отже, застосування маніпуляції як ключового принципу ведення "інформаційної війни" визначає **актуальність**дослідження окремих стратегій і тактик маніпулятивного впливу, які активно застосовуються в сучасному медіа-просторі.

Мета дослідження полягає у здійсненні когнітивно-прагматичного аналізу тактик фальшивого узагальнення й "навішування ярликів" як продуктивних технік маніпулятивного впливу на свідомість адресата. **Об'єктом** дослідження є тексти телевізійних новин і репортажів українського й російського медіа-простору, присвячених подіям на Сході України 2014–2016 рр.

Ключовими в межах нашого дослідження є поняття "стратегія" і тактики вербальної комунікації.

Стратегія комунікації, відповідно до визначення О. С. Іссерс, трактується як надзавдання, що йде від адресанта, спрямоване на досягнення комунікативної або практичної мети й розраховане на певний перлокутивний ефект. Дотримання стратегічної мети спілкування змушує адресанта "не тільки відбирати певні факти, а й давати їх у певному освітленні, тобто змушує відповідно організовувати мову, обумовлює композицію і характер мовних засобів" [7, с. 45]. Комунікативна стратегія передбачає "відбір фактів і їх подачу в певному освітленні з метою впливу на інтелектуальну, вольову та емоційну сферу адресата" [2, с. 86]. Комунікативна тактика є певною мовною дією, спрямованою на вирішення одного із завдань задля досягнення загальної стратегічної мети. Тактика виокремлюється за ознакою одного єдиного сенсу, який може виражатися найрізноманітнішими вербальними і невербальними засобами [3, с. 13–14]. Таким чином, сама тактика має семантичну структуру, характеризується як певний "змістовий інваріант", за визначенням Є. М. Верещагіна [3, с. 13–14].

Зважаючи на змістову спрямованість сучасних новин, уконтексті висвітлення подій на Сході України, з'являються всі підстави для визначення стратегії дискредитації як основного принципу подання інформації (причому як вітчизняними, так і російськими /та проросійськими телеканалами). "Основною метою стратегії дискредитації можна вважати прагнення підірвати авторитет супротивника, очорнити його в очах нації", – зазначає

О. Н. Паршина [9, с. 112]. Саме ця комунікативна стратегія найбільш яскраво проявляється у сучасному медійному дискурсі, вона спрямована на зниження позитивного образу протилежної сторони конфлікту, нівелювання її авторитету в очах громадськості та формування її негативного образу у свідомості аудиторії. В умовах "інформаційної війни" ЗМІ виступають основною "зброєю" проти супротивника, спрямованої на те, щоб сформувати у свідомості аудиторії негативне сприйняття протилежної сторони конфлікту, її дій і наслідків цих дій.

Відповідно до визначення О. С. Іссерс, "загальна мовна стратегія дискредитації реалізується у приватних стратегіях когнітивного, семантичного та риторичного типу" [7, с. 28]. Т. А. Ван Дейк визначає когнітивну стратегію як "спосіб обробки інформації у пам'яті" [4, с. 277]. Отже, за допомогою когнітивних стратегій нова інформація вводиться безпосередньо в картину світу адресата таким чином, що він сприймає змодельовані в потрібному ракурсі оціночні судження про події та факти дійсності як власні. Отже, використання когнітивних стратегій як засобу передачі інформації має на меті формування вектору обробки інформації свідомістю адресата таким чином, щоб адресат унаслідок цього формулював висновки, передбачені адресантом. Семантична стратегія визначається як спосіб індукування інформації, що передається, бажаною семантикою, яке здійснюється за допомогою різних мовних ресурсів [7, с. 29]. Семантичні стратегії визначають те, як і якими мовними засобами може бути досягнута глобальна мета комунікації. Отже, стратегії цього типу мають безпосереднє відношення до вибору семантичних, стилістичних і прагматичних засобів спілкування. Можливість досягти глобальної мети комунікації різними шляхами знаходить відображення в понятті мовної тактики, що являє собою конкретні мовні дії, спрямовані на реалізацію конкретної стратегі, формуючи частини діалогу, групуючи й чергуючи модальні відтінки розмови (оцінки, думки тощо).

Деякі когнітивні і семантичні стратегії мають і риторичні властивості. Риторичний аспект мовних дій передбачає максимальну прийнятність стратегічних цілей мовця, він пов'язаний із прийомами переконання, аргументації, залучення уваги (повтори, применшення, перебільшення, метафори тощо). Кожна із зазначених стратегій передбачає застосування певних тактик подачі інформації. У фокусі подальшого дослідження буде пред-

ставлено опис тактик фальшивого узагальнення та "навішування ярликів" як таких, що об'єднують у собі властивості як когнітивних, так і семантичних тактик передачі інформації в межах стратегії дискредитації у сучасній "інформаційній війні".

Поняття "фальшивого висновку" як особливого риторичного прийому зустрічаємо у працях С. І. Поварніна, В. Ф. Асмус, Дж. Чафі й ін. Учені визначають, що сутність цього прийому полягає в тому, що на підставі ствердження про наявність певних характеристик в окремих представників чи груп представників певного класу формується висновок про властивість тих самих характеристик усім представникам цього класу чи групи. У роботі С. І. Поварніна знаходимо такий приклад фальшивого узагальнення: "… вдаючись до прийому фальшивого узагальнення, мовець наводить кілька прикладів того, що окремим особам або предметам властиві певні ознаки, а потім робить висновок про те, що ці самі ознаки властиві усім особам або предметам даного класу подібно до того, як гоголівський персонаж, побачивши, що усі православні, яких він зустрічав, їдять галушки, зробив висновок про те, що всі православні їдять галушки, а ті, хто не їсть, – не православні" [9, с. 101]. Отже, *тактика фальшивого узагальнення* полягає в тому, щоб непомітно нав'язати адресату логічний зв'язок між приватним прикладом і загальним судженням шляхом їхнього ототожнення. Унаслідок цього адресат із окремих положень робить загальні висновки про конкретні речі, і навпаки – переносячи інформацію з однієї когнітивної області в іншу, запрограмовану адресантом.

Маніпулятивний потенціал тактики фальшивого узагальнення полягає в тому, що ця тактика дає можливість адресанту реалізувати подвійну установку – з одного боку, маніпулятор має можливість спонукати адресата до формування необхідного висновку про певні факти чи події, а з іншого – приховати від нього факт маніпуляції, створивши ілюзію формування адресатом власного висновку, особистої інтерпретації презентованої інформації.

Так, у медіа-просторі українських ЗМІ прийнято розширювати масштаби АТО, що відбувається на території Луганської й Донецької областей України, до всіх південно-східних областей, узагальнюючи цю проекцію до маштабів Третьої світової війни: "*Если бы мы там не воевали* ***тут, то там*** *бы уже были чеченцы – и в Днепропетровске, и в Одессе, и в Киеве*" [4:1:37–1:44].

"*Ещенеделю назад никто и представить не мог, что в Иловайске погибнут сотн**и чьих-то мужей, сыновей, отцов**. А **бой за этот железнодорожный узел сыграет переломную роль в АТО, а может быть и в истории Украины**. **– Іловайськ – це початок третьої світової війни**, це початок агресії Російської федерації на території суверенної держави, – Юрій Береза, командир батальйону "Дніпро", – **це порушення всіх Будапештських і інших протоколів, це гниле дно сучасної світової демократії***" [3:0:47–1:23]. А бойові дії, які прийнято називати "антитерористичною операцією", з синхронного зрізу переносяться у масштаби визвольної війни історичного рівня. Як бачимо, українські військові визначаються у семантичному полі "родина" – *мужей, сыновей, отцов,* а також як *брати*, *побратими*.

Натомість у новинах про події на Сході України, що транслюються на російських телеканалах, ідеться про *геноцид російського народу*, про *необхідність порятунку російськомовного населення від фашистського тиску*; *українська сторона конфлікту висвітлюється як агресор, що становить загрозу не лише лояльним до Росії мешканцям східних областей, а і Росії загалом*: "*1) Сколько можно смотреть на то, **как убивают славян**? Здесь (прим. на території східних областей України) **происходит настоящий геноцид**! Истребление мирного населения. **И то, что здесь происходит – обкатка большой будущей войны, направленной против России, прежде-всего**… 2) И вот эта вся муть, вся пена, этот бионегативный материал, спонсируемый Западом, весь **собирается сейчас на Украине, на маленькой-маленькой Донецкой и Луганской областях. И здесь на данный момент решается и судьба России в том числе**…*" [2: 1:33–1:41]. Як бачимо, поряд із активним використанням "ярликів" (*"геноцид*", "*истребление*", "*муть*", "*бионегативный материал*") мовець, розповідаючи про буцімто події, що відбуваються на території двох областей України, узагальнює судження, створюючи проекцію на всю територію Російської Федерації, переносячи загрозу військової агресії з території іншої держави на власну, формуючи собі образ не лише визволителя слов'ян на території сусідньої держави, а захисника вітчизни і, ширше, – світової цивілізації: *"Мы же не за красивые слова воюем, не за деньги – а **за Родину на самом деле, за русский мир, да и вообще, за мир в целом.** Потому что все должны понимать, что **если эти твари возьмут верх над послед-***

ним оплотом человечности, который сейчас сохраняется только в России, то и цивилизация как таковая будет уничтожена. Она просто погибнет!" [2:4:48–5:10].

Тактика фальшивого узагальнення щоразу застосовується в інтересах маніпулятора, який нав'язує аудиторії свою інтерпретацію подій. За допомогою цієї тактики мовець дезінформує слухача, нав'язуючи власне бачення, уявлення про масштаби й історичні наслідки подій. Таким чином, визначити істинний стан речей, особливо порівнявши протилежні погляди опонентів, не виявляється можливим.

Тактика навішування ярликів полягає у привласненні опонентові дискредитуючих "ярликів", які у свідомості адресата діють за принципом "психологічного якоря", що пов'язує образ опонента з відповідним негативним стереотипом. Такі ярлики створюються за допомогою алюзій на негативних літературних персонажів, або публічних /чи історичних осіб, які дискредитували себе раніше, а також за допомогою оціночних метафор [6, с. 17].

Тактика "навішування ярликів" поляризує сприйняття явищ і подій суспільного життя, унаслідок чого останні набувають спрощеного "чорно-білого" характеру. Номінація ключових понять у межах тактики "навішування ярликів" передбачає експлуатацію маніпулятивного потенціалу конотативної складової номінативних одиниць. Тобто, удаючись до тактики "навішування ярликів", адресант привласнює фактам чи подіям дійсності, або окремим їхнім учасникам, назви оціночного характеру – при чому прибічники отримують виключно позитивну назву, а опоненти – навпаки, виключно негативну.

Так, українські ЗМІ ідентифікують українських військових як "*добровольців*", "*захисників*", "*оборонців*", "*визволителів*", протиставляючи їм "*російські банд-формування*", "*бойовиків*", "*терористів*", "*сепаратистів*", "*окупантів*", "*зелених чоловічків*": "*Ситуація в зоні АТО різко загострюється,* ***бойовики*** *випустили купу мін. Найсильніше* ***наших бійців*** *поливали вогнем біля Авдіївки. Детальніше дізнаємось від Бориса Сачалка: – Борисе, скільки ворожих снарядів полетіло в бік* ***наших оборонців****? – Рекордна кількість мін – понад 230 випустили* ***терористи*** *по українських позиціях. … ****Терористи*** *і далі не полишають змоги вибити* ***наші війська*** *з промзони*" [1: 0:00–0:48]. "*Еще на подступах к городу (прим. Иловайску)* ***добровольческие батальоны*** *впервые встретились с* ***диверсионными группами*** *российского спецназа. … ****Добровольцы*** *при поддержке небольших армейских подразделений без особых трудно-*

стей захватили часть города, но хорошо обустроенный укрепрайон ***сепаратистов*** *стрелковым оружием не возьмешь,* ***боевики*** *все сильне обстреливали градами* [3:0:47–1:23].

Актуальнішим є і протиставлення "своїх" і "чужих", при чому "свої", як правило, отримують ярлики з семантичного поля "родина": "*Но в плену остались многие ребята, которые за это время стали семьей*" [3:6:50–6:53].

Активно використовуються ярлики "кращий/найкращий" у презентації інформації про українських військових: "*Российские войска и боевики окружили* ***лучших украиснких воинов***" [3:3:50–3:52].

Бойові дії, до яких вдаються супротивники, часто отримують ярлики біблійної семантики, як-от "*пекло*", "*пекельний вогонь*" поряд із поняттями "*смерть*", "*кров*" / "*безвинна кров*": "*Она прошла даже через путинский коридор смерти*" [3:5:45–5:47]. "*Юрий Синковский тоже был в аду под Иловайском*" [3:7:19–7:20]. "*Это кадры из* ***кровавого коридора Путина***" [4:2:37–2:40] – ідеться про гуманітарний коридор для виводу українських військ із-під Іловайська.

Рідше негативний імідж супротивника презентується за допомогою ілюстрації висловлюваної зневаги до українських військ та українського народу взагалі: "*В тотсамый день лидер луганських* ***террористов*** *Александр Мозговой заявил: – Выпускать или не выпускать из котлов* ***зажратых укров****, это тоже наши внутренние дела*" [4:5:14–5:28].

Вибір уживаних ярликів апелює до загальноприйнятих стереотипів, що дає змогу маніпулятору нав'язувати адресату потрібний йому погляд і таким чином цілеспрямовано формувати найбільш вигідну громадську думку. Значно агресивнішу інформаційну політику в цьому ключі проводять російські ЗМІ, дискредитуючи українських військових за допомогою ярликів "*наемники*", "*убийцы*", "*бионегативный материл*", "*фашисты*", "*твари*", "*эта муть*": "*Здесь (прим. на території східних областей України) приобретают опыт* ***наемники****, которые выполнят любой приказ за деньги, не говоря уже о высоких материях –* ***о родине, о матери****, они все продадут за деньги, они готовы убивать и детей, и стариков, и женщин. И вот* ***эта вся муть****,* ***вся пена, этот бионегативный материал****, спонсируемый Западом, весь собирается сейчас на Украине*" [2: 1:05–1:33].

А власна сторона при цьому висвітлюється у семантичному полі "*мир*", "*добро*", "*спасение*", "*семья*", "*человечность*": "*Мой первый бой был курьезным. Когда мы приехали, то заночевали в палаточ-*

ном городке возле здания СБУ, и когда началась атака на Луганск, нас перевели в здание администрации. И ***все добровольцы****, кто решил* ***защищать****, пошли в рубашках, в ботинках, в джинсах. А мне удалось выпросить* ***4 гранатки*** *на четверых, нас компания собралась россиян,* ***русских именно добровольцев****. И мы залегли на подступах к Луганску"* [2:3:20–4:00]. Слід звернути увагу і на те, що зброя отримує зменшувально-пестливий ярлик "*гранатки*".

Досить кардинальне протиставлення демонструє об'єктивація тактики "навішування ярликів" відносно конфліктуючих сторін: "*А на Западе идет процесс* ***расчеловечивания****. Если русская культура в своей самобытности всегда* ***очеловечивала, поднимала людей от низменных животных инстинктов до духовности****, то там сейчас идет процесс* ***легализации педофелии, гомосексуализма, зоофелии*** *и так далее. Сами понимаете, это чистой воды* ***сатанизм****. То есть,* ***мы – воины Бога****, если кто-то христианин,* ***мы – воины Пируна****, если кто-то язычник,* ***мы – воины света*** *для остальных* [2:5:12–5:45]. Як бачимо, російські ЗМІ протиставляють російський народ не лише "укрaм", а і всьому Заходу, який дискредитується, оскільки відкрито підтримує позицію суверенітету України на світовій політичній арені. Це протиставлення об'єктивується за допомогою використання обох тактик – навішування ярликів "*педофіли*", "*гомосексуалісти*", "*зоофіли*", "*сатанизм*", що здійснює проекцію ярликів на представників усіх націй Західної Європи. Особливого колориту такий прийом набуває на тлі протиставлення вказаних визначень "*воинам Бога", "воинамПируна", "воинам света",* якими представляють російські ЗМІ власних військових, зміщуючи їхні образи до парадигми всесвітнього добра й миру.

Отже, проведений аналіз дає змогу констатувати маніпулятивну функцію ЗМІ в умовах "інформаційної війни" як провідну у здійсненні інформаційної політики.

Зважаючи на глобальну мету ЗМІ, основним інструментом презентації інформаційної складової повідомлень є маніпулятивні стратегії дискредитативного типу, адже дають змогу адресантові формувати й нав'язувати аудиторії негативний образ опонента. Реалізації цієї мети сприяють мовні тактики фальшивого узагальнення та навішування ярликів як такі, що демонструють вагомий маніпулятивний потенціал за рахунок широкого спектру когнітивних,

семантичних і риторичних технік, які вони здатні об'єктивувати. Використання цих тактик дає змогу змінювати картину світу і систему цінностей аудиторії у відповідності до мети маніпулятора.

Основною метою, якої досягає маніпулятор завдяки мовній тактиці фальшивого узагальнення, є спонукання адресата до формування необхідного висновку про певні факти чи події, а з іншого боку – приховування від нього факту маніпуляції, завдяки створенню ілюзії формування адресатом власного висновку, особистої інтерпретації презентованої інформації.

Основною метою, яку реалізує маніпулятор за допомо гою тактики "навішування ярликів", є формування позитивного образу маніпулятора на тлі різко негативного образу опонента.

Лінгвістичні механізми маніпуляції цих тактик реалізуються за допомогою формування оціночних суджень, використання загальноприйнятих семантичних категорій у векторі протиставлення "добро-зло", "свій-чужий", "життя-смерть", а також створення проекцій і ретроспекцій у хронотопі подій.

Якщо порівняти використання цих тактик в українському й російському медіа-просторах, то з'являється змога зробити висновок про те, що інформаційна політика вітчизняних ЗМІ більш толеранта. Українські ЗМІ зосереджуються на проекції подій, що відбуваються у східних областях, з одного боку, в історичні масштаби визвольної війни, а з іншого – намагаються акцентувати увагу аудиторії на необхідності усвідомлення факту розгортання на території України війни, а не "антитерористичної операції". Крім того, формуючи оцінку конфліктуючих сторін, вітчизняні ЗМІ зосереджують увагу на формуванні позитивного образа своїх військових, не заглиблюючись у дискредитацію супротивника.

На противагу, російські медіа демонструють агресивну позицію, фокусуючись на формуванні вкрай негативного образу України, українців і, особливо, українських військових, представляючи військові дії українських сил на власній території як загрозу не лише Росії, а всій світовій цивілізації. Вербальні засоби об'єктивації тактики навішування ярликів відносно опонентів представлені оціночною та, часто, інвективною лексикою на тлі лексики семантичного поля "Бог", "світло", "добро", "мир", за допомогою якої формується позитивний імідж власних сил.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Баранов А. Н.* Лингвистическая теория аргументации (когнитивный подход) : автореф. дисс. … докт. филол. наук: 23.04.90 / А. Н. Баранов ; Ин-т. рус. яз. им. А. С. Пушкина. – М., 1990.

2. *Борисова И. Н.* Категория, цели и аспекты текстового анализа / И. Н. Борисова // Жанры речи : Сб. науч. ст. – Саратов : Колледж, 1999. – С. 81–95.

3. *Верещагин Е. М.* В поисках новых путей развития лингвострановедения: концепция речеповеденческих тактик / Е. М. Верещагин, В. Г. Костомаров. – М. : Ин-т рус. яз. им. А. С. Пушкина, 1999.

4. *Дейк Т. А. ван.* Язык, Познание, коммуникация / Т. А. Ван Дейк.– М. : Прогресс, 1989.

5. *Денисюк Е. В.* Манипулятивное речевое воздействие. Коммуникативно-прагматический аспект : дис. … канд. филол. наук / *Е. В. Денисюк*. – Екатеринбург, 2003. – С. 119.

6. *Дмитрук О. В.* Маніпулятивні стратегії в сучасній англомовній комунікації (на матеріалі текстів друкованих та Інтернет-видань 2000–2005 рр.) : автореф. дис… канд. філол. наук : 10.02.04 / О. В. Дмитрук. – К. : ВПЦ "Київський університет", 2006.

7. *Иссерс О. С.* Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. – 4-е изд. – М. : КомКнига, 2006.

8. *Одинцов В. В.* Композиционные типы речи / В. В. Одинцов // А. Н. Кожин. Функциональные типы русской речи. – М. : Наука, 1982. – С. 130–210.

9. *Паршина О. Н.* Стратегии и тактики речевого поведения современной политической элиты России / О. Н. Паршина : дис. ... д-ра филол. наук. – Саратов, 2005.

10. *Поварнін С. І.* Спор: О теории и практике спора / С. І. Поварнін. – М. : Флинта, "Наука", 2009. – С. 101.

11. *Попова Е. С.* Рекламный текст и проблемы манипуляции: автореф. дис. канд. филол. наук : 10.02.01 / Е. С. Попова : Екатеринбург, 2005.

12. *Сунь Цзы*. Искусство войны / Сунь Цзы. – М. : Феникс, 2002.

13. *Формановская Н. И.* Коммуникативно-прагматические аспекты единиц общения : учеб. пособ. / Н. И. Формановская. – М. : Ин-т рус. яз. им. А. С. Пушкина, 1998.

14. *Сунь-Цзи.* Мистецтво війни. Трактат ; пер. С. Лесняк. – Л. : Вид-во Старого Лева, 2015.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

(медіа-ресурс)

1. Вікна-новини СТБ : https://www.youtube.com/watch?v=Px-gBZtrte0.

2. Новини. Телеканал ANNANEWS, інтерв'ю з заступником командира по зв'язкам з громадськістю батальйону миротворців "Лєший" Ігорем Одінцовим https://www.youtube.com/watch?v=5YQfy6-hCw0.

3. Українські сенсації. Іловайський котел 1+1 https://www.youtube.com/watch?v=o036Sx7p82E.

4. Українські сенсації. Кривавий коридор Путіна. 1+1 https://www.youtube.com/watch?v=sy8CFXGQejg.

Стаття надійшла до редколегії 18.04.2016 р.

Кондратюк Н. В., канд. филол. наук,
глав. спец. аппарата Верховного Совета Украины

МАНИПУЛЯТИВНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ТАКТИК ЛОЖНОГО ОБОБЩЕНИЯ И "НАВЕШИВАНИЯ ЯРЛЫКОВ" В КОНТЕКСТЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЙНЫ

Рассматривается манипулятивный потенциал речевых тактик ложного обобщения и "навешивания ярлыков" как продуктивных средств объективации дискредитативной стратегии информирования аудитории современными СМИ в условиях "информационной войны".

Ключевые слова: *манипуляция, влияние, стратегия, тактика, когнитивный, коммуникативный, СМИ, стереотип, навешивание ярлыков, информационная война.*

Kondratiuk N. V., PhD,
Chief Specialist at the secretariat of the Verkhovna Rada of Ukraine

THE MANIPULATIVE POTENTIAL OF FAULTY GENERALIZATION AND "LABELING" TACTICS IN THE CONTEXT OF INFORMATION WARFARE

This article considers the main points of manipulative strategies and tactics. Special attention is paid to the cognitive pragmatic manipulative tactics of false generalizations and "labeling" as a point of manipulative productivity of modern media in the circumstances of "information warfare."

Keywords: *manipulation, influence, strategy, tactics, cognitive, communicative, media stereotype, labeling, information warfare.*

УДК 392.89 392.83 392.9

Коржик А. О., асп.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

КОНЦЕПТОСФЕРА ТРАПЕЗИ В КАЗКАХ "ІВАСИК-ТЕЛЕСИК" І "ЗЛА МАТИ І СЕСТРА СЕРЕДА"

Присвячено дослідженню ініціального становлення головних героїв казок із погляду харчових символів і концептів, заприявлених у текстах казок "Івасик-Телесик" і "Зла мати і сестра Середа".З одного боку трапеза розглядається як джерело сили й життя, з іншого – несе у собі загрозу харчової регресії. У фольклорних текстах пропонується модель подолання інфантильності та виходу на новий рівень особистісного розвитку через подолання залежності від матері.

Ключові слова*: Івасик-Телесик, казка, концептосфера трапези, протагоніст, український фольклор, харчова регресія, чарівна їжа.*

Досліджуючи складну природу концептів, пов'язаних із трапезою як специфічним тілесним і психологічним досвідом, варто пам'ятати, що хоча матеріал для внутрішнього життя людини дає

зовнішній світ, але "…наш організм не є самим тільки рецептивним апаратом: обік замислів, що приносять нам враження зверхнього світу, у нас є органи власної внутрішньої діяльності, не зовсім залежні від смислових імпульсів нашого організму" [8, с. 77]. До незалежних здатностей людського мислення належить фантазія, здатність до комбінування і перетворення, трансформування інформації, отриманої із зовнішнього світу. Хоча основою для формування концептів, пов'язаних із трапезою, як правило, стає реальний соматичний досвід, на формування концептів впливає фантазія, здатність до творчого переосмислення і високоінтелектуальної інтерпретації, що дозволяє метафорично осмислити соматичний досвід. Щодо соматичного підґрунтя, то ключовою для формування концептосфери трапези є біологічна даність годування дитини материнським молоком. Творча фантазія носіїв фольклору через переосмислення цього процесу породжує поле концептів як з позитивною, так і з негативною конотацією.

Проблематика чарівної казки обертається навколо стосунків у родині, насамперед стосунків між батьками і дітьми. "У класичній чарівній казці на руїнах міфологічного "космосу" твердо окреслюється "мікрокосм" у вигляді казкової сім'ї як арени конфліктів соціального характеру" [6, с. 146]. Взаємини матері й дитини, потреба налагоджувати стосунки з матір'ю і потреба дорослішати, сепаруватися від матері, закономірно належать до ключових проблем чарівної казки. Досить часто в казках роль матері, від якої дитина мусить відділитися, виконує мачуха або зла відьма. Розщеплення материнської фігури на добру та злу матір допомагає дитині успішно, без травми, прийняти факт загрози власній автономності та повноцінності, яка походить від найріднішої людини. Таким чином, загроза може походити як від матері протагоніста, так і від злої мачухи, відьми, змії. Небезпека, про яку йдеться, найчастіше репрезентована як загроза поглинання, проковтування, знищення через поїдання. Успішне проходження ініціального шляху вимагає від протагоніста створення адекватної стратегії взаємодії; згідно із законами чарівної казки "замість уявлень про об'єктивні закони діють уявлення про правила поведінки у світі", які протагоніст мусить пізнати і яких повинен дотримуватися [2, с. 49]. Неефективна стратегія поведінки протагоніста призводить до втрати незалежності, що концептуально репрезентована як загроза харчової регресії та поглинання злою матір'ю.

Метафоричне осмислення соматичного досвіду дозволяє репрезентувати проблему сепарації головного героя від матері та подолання регресивних потягів. Дитина без допомоги матері й материнського молока не має шансів вижити, вирости і подорослішати. Через годування грудьми формується тісний зв'язок із матір'ю, який дитині старшого віку досить складно розірвати: "Їжа – це джерело любові, влади і зв'язку між батьками і дітьми" [13, с. 1518]. У казці "Івасик-Телесик" ініціація головного героя полягає у формуванні нової парадигми стосунків із матір'ю й боротьбі з інфантильними потягами. Спочатку їжа, якою мати годує Івасика, має позитивне значення ***життєдайної трапези***: згідно з народними уявленнями, маленька дитина – ще не зовсім людина:

Люлі-люлі Телесику,
Наварила кулешику, –
І з ніжками, і з ручками,
Буду тебе годувати [4, с. 108].

Івасик перетворюється з деревинки (не людини) на людину лише завдяки тому, що мати має намір годувати його. Хоча в казці називається конкретна страва – куліш, але зрозуміло, що це не та їжа, якою будуть годувати малу дитину, яка ще лежить у колисці. Більш прийнятна їжа у цьому випадку – це, звичайно ж, материнське молоко, тому можна стверджувати, що йдеться про харчовий зв'язок матері й дитини, заснований на годуванні молоком. Сепарація від батька відбувається легко, сепаруватися від матері складно, відмінність полягає у ***харчовій залежності*** від матері і відсутності такої залежності від батька. Батько сприяє сепарації сина, виготовляє для нього золотий човник і срібне весельце. Таким чином батько погоджується, щоб син отримав новий статус, пов'язаний, зокрема, зі зміною харчових патернів: маючи золотий човник і срібне весельце, Івасик може ловити рибу і годувати батьків, тобто в родині має відбутися зміна ролей, Івасик стане повноправним дорослим членом родини. Проте зв'язок із матір'ю розірвати набагато складніше, мати продовжує контролювати сина: "Попливе Івасик геть-геть річкою, а мати тим часом йому їсти наварить і в горнятка-двійнятка накладе, візьме ті двійнятка, ще й сорочечку білу для Івася, піде до берега, стане та й кличе:

Івасику-Телесику,
Приплинь, приплинь до бережка,
Я дам тобі їсти-пити
І хороше походити" [7, с. 63].

Тривале перебування у симбіотичному зв'язку з матір'ю дає герою певні вигоди, але загрожує становленню. Для Івасика стан ***харчової залежності*** від матері – "райський" стан відсутності проблем, подібний до стану дитини в материнській утробі або дитини, яку матір годує грудьми. Як зазначає Б. Беттелхейм, це стан, що несе в собі деструктивну загрозу: "Регрес до попереднього "райського" стану буття, коли біля материнських грудей дитина жила у симбіозі з матір'ю, усуває індивідуальність та незалежність. Це навіть ставить під загрозу існування героя, про що свідчать канібальські нахили відьми" [12, с. 161]. Усвідомлення протагоністом небезпеки харчової залежності відбувається через взаємодію зі Зміючкою-Оленкою та Змією. Тільки Змія, зла відьма, яка традиційно в казках репрезентує зле материнське начало, допомагає йому зрозуміти небезпеку залежності від матері, яка маніпулює сином за допомогою їжі. Відбувається інтелектуальне становлення героя: Івасик розумнішає й починає діяти хитро. Це саме той випадок, коли герой, "…незважаючи на свою материнську фіксацію… має досить розвинуту маскулінність, тому відьмі не вдається його засмажити у материнській печі, інакше кажучи, він розуміє, куди його можуть завести потяги, і це його рятує" [3, с. 130].

Відмова від деструктивних потягів, інтуїція й розвинений інтелект допомагають Івасикові перемогти Зміючку-Оленку. Боротьба Івасика зі Зміючкою-Оленкою може бути витлумачена як сексуальна ініціація героя. Боротьба розгортається на тлі печі, що може бути інтерпретована як концепт жіночого лона. З іншого боку, якщо дотримуватися погляду, що казка Івасик-Телесик – це казка для дітей молодшого віку, які переборюють бажання регресувати й повернутися до "райського" стану біля материнських грудей, Зміючка-Оленка – ровесниця Телесика, яка відмовляється від дорослішання, продовжує підкорятися матері і гине, бо перебуває в симбіозі з матір'ю; це пересторога не піддаватися регресивним тенденціям. Канібалізм відьми, тобто деструктивні бажання матері, завжди обертаються проти неї самої. Івасик розумнішає, дорослішає й долає залежність від матері.

Повернення героя до батьківського дому відкриває новий життєвий етап. Досягнувши сепарації, герой виходить на новий рівень особистісного розвитку. Тепер він може "жити укупочці" з батьками, з доброю турботливою матір'ю, яка "Івасикові і головку змила, і со-

рочечку білу дала, і нагодувала…". Б. Беттелхейм зауважує: "Це свідчить про те, що як тільки діти переступлять через своє оральне занепокоєння і перестануть пов'язувати оральне задоволення *(задоволення від їжі А. К.)* і безпеку, вони також зможуть звільнити себе від образу загрозливої матері – відьми – і знову відкрити для себе добрих батьків…" [12, с. 162]. Іншими словами, подолавши харчову залежність від матері герой може вибудовувати здорові стосунки з нею, приймати любов, допомогу і навіть їжу, яку дає мати, більше не ризикуючи деградувати та втратити індивідуальність. Б. Беттелхейм наполягає на тому, що щасливий кінець казки, у якій головними героями є маленькі діти, закономірно пов'язаний із поверненням у батьківський дім: "герої повертаються до дому, із якого вони почали, і тепер знаходять там щастя. Це психологічно правильно, адже маленька дитина, яка проходить через випробування, пов'язані з оральними (чи едиповими) проблемами, не може сподіватися знайти щастя поза домом" [12, с. 162]. Оскільки гармонійний розвиток дитини неможливий без сприяння батьків і перебування в межах батьківського дому, казка закінчується щасливим поверненням до турботливої матері, яка продовжує піклуватися про дитину й давати їй їжу, разом із тим дозволяючи дитині поступово ставати автономною.

Чекаючи на повернення Івасика-Телесика, мати "пиріжечки з печі виймає по парі; кладе їх на віконце та й промовляє: "Це тобі, дідусю, а це мені, дідусю". Цей епізод можна інтерпретувати кількома способами. С. Біркхойзер-Оері, тлумачачи подібну до казки "Івасик-Телесик" російську народну казку "Терешечка" припускає, що становище героя не змінилося: "У кінці казки він залишається таким самим хорошим і слухняним сином, яким був на початку. Він сидить за столом зі своїми батьками і їсть млинці. Іншими словами, він так і залишився дитиною, тому в кінці казки жива і зла відьма" [3, с. 131]. На нашу думку, поділ їжі, який здійснюють батьки, свідчить про їхню готовність виділити Телесикові його частку, визнати його як повноправного члена родини. Можна припустити, що розділяючи їжу з чоловіком, мати Телесика відмовляється від того, щоб за допомогою регресивних харчових механізмів контролювати сина. У казці "Телесик" також особливе значення має символіка вікна. Це – межа між світами, "частина дому, яка (поруч із порогом, дверими, воротами, комином) осмислюється як межа між своїм (домашнім) і чужим (зовнішнім) простором" [5, с. 534]. Івасик ховається під

вікном, тобто виконує роль "чужого", подібно до колядників, які також перебувають під вікнами. У поминальні дні на вікно ставили їжу для душ померлих і кликали їх також через вікно, яке є каналом зв'язку між світами, тому перебування Івасика під вікном вказує на ініціальну смерть і повернення у новому статусі. І хоча Івасик подорослішав, проте він не став повністю дорослим. Йому доведеться пройти ще не одну вікову ініціацію, щоб повністю позбавитися загрози з боку злої матері, тому, як слушно зауважує С. Біркхойзер-Оері, відьма й залишається живою.

Існують варіанти казки про Телесика, наприклад "Іванчик-Балабанчик", у яких медіатором між світами є плодове дерево, яблуня: "От Іванчик і каже до мами: "Мамо, висадіт мене на яблуню, а то мене змія з'їст". Мати єго висадила на яблуню, а змія прийшла до него і каже: "Іванчику-Балабанчику! Дай ябко!" [1]. Яблуко репрезентує концепт ***життєдайної трапези,*** має семантику здоров'я, сили, молодості, росту. Традиційно для чарівних казок "хвороба і здоров'я втілюються в таких предметах, як плоди: молодильні яблучка, чудесні ягоди або груші… [6, с. 134]. Привертає увагу мотив годування Змії Іванчиком: Змія вимагає від героя яблук, він намагається перехитрити її, спускає яблука на мотузці, проте Змія погоджується їсти лише з руки і врешті хапає Іванчика за руку й несе до себе додому. Світобудова в цьому випадку дуже чітка: є низ – світ Змії, дочки Змії та її наймички; верх – небо, у якому летять гуси, і середина – яблуня, на якій знаходиться Іванчик. На функціональному рівні трапеза пов'язана з ***маркуванням опозицій свій/чужий*** і повністю розкриває дуальну природу концептів трапези: поруч із загрозою бути з'їденим існує можливість розвитку й росту; Змія приходить, щоб отримати їжу від Іванчика; їжа, яка їй насправді потрібна – сам Іванчик. Годування Змії і загроза бути поглинутим Змією є метафорою деструктивних потягів героя й небезпеки поглинання злою матір'ю. На противагу годування Змії, вигодовування чарівного помічника, птаха, має позитивну конотацію. Після повернення додому відбувається годування птаха, пов'язане з інстинктом самозбереження й розвитком особистісного потенціалу. Іванчик, який сидить на воротах (межа між світами), каже батькові: "Дайте, тато, тому гусакові, шо мене поніс, курец гречки, води нецьки, червоні чобітки на ніжки" [1]. Годування птаха свідчить про новий етап особистісного розвитку, формування позитивних якостей і готовності будувати нові, дорослі взаємини з батьком і матір'ю.

Окрім інтелектуального становлення, подолання залежності від матері вимагає від протагоніста також успішного протистояння власним деструктивним потягам. На певному етапі особистісного становлення настає момент вибору, коли протагоніст мусить продемонструвати власну позицію. Приклад боротьби з потягом до харчової регресії можна знайти в казці "Зла мати та сестра Середа". Період незрілості, інфантильності головного героя метафорично зображено через перебування у колисці: "мати його колихала у колисці до дванадцяти год, він не ходив до тієї пори" [9, с. 285]. Дванадцять – число символічне, сакральне, можливо, ідеться про період традиційної підліткової ініціації: дитина достатньо доросла й міцна, щоб покладатися на власні сили, більше не залежати від батьків. Гіперболізоване зображення сили героя, його здоров'я і міцності дозоляє також провести паралель із могутністю билинних богатирів, які після довгих років лежання на печі вставали й демонстрували неабияку силу.

Зла мати не може бути джерелом піклування та їжі для дорослого сина; замість того, щоб годувати, вона прагне, щоб син годував її і прикидається хворою. Це типовий мотив: "хворою прикидається невірна сестра чи мати героя, відправляючи його на пошуки ліків [6, с. 134]. Їжа, яку прагне здобути зла мати, – це ***магічний засіб***, що дає силу й молодість; чарівна їжа пов'язана також із сексуальністю. Чоловік-змій, що підмовляє матір давати синові складні завдання, ховається на ліжку між подушками, має на матір сексуальний вплив. Головний герой приносить ягоди зі змієвого саду, виходить із хати "та й дивиться скрізь двері з сіней, крізь плямку, а вона змія й питається (а змій був під подушками):

– Чи ці ягідки не завадять?

– Ні, каже.

От змій іззів дві, а ті вона поїла" [9, с. 287].

Підглядання героя за матір'ю і змієм – своєрідна репрезентація підліткового зацікавлення сексом. Можна говорити також про едипів комплекс, ревнощі та проекцію деструктивної поведінки. Зла мати розділяє ягоди зі змієм, своїм чоловіком, у той час як головного героя годує сестра Середа, яка є його потенційним партнером і також помічником-добротворцем, що допомагає виконувати завдання матері.

Настає момент, коли герой не може більше слухатися і Злу матір, і сестру Середу. Під час третього випробування потрібно зробити вибір. І саме тоді, коли необхідно зібрати всі сили для

остаточного відокремлення від Злої матері, деструктивні потяги головного героя, бажання повернутися до інфантильного стану стають особливо сильними. Протагоніст добровільно погоджується на пропозицію матері: "Ох, як у мене, синку, був колись один син такий, що як сповила його в залізний цеп, він як нап'явся та й порвав, такий дужий був. А їй досадно було, що син вернувсь живий, і змій направив її ще на інче, щоб згубити його. А син і каже:

– Ну, сповий й мене.

Вона взяла й сповила його. То він п'явсь-п'явсь, п'явсь-п'явсь, не порвав та й каже:

– Е, мамо, не порву!

– Тепер-же тобі, сукин-сину, пропадать! – відказує вона.

Крикнула на змія; він виліз з-під подушок. Тоді удвох порубали сина" [9, с. 288].

Перед тим, як сповити та порубати сина, мати годує його, тобто удається до випробуваного роками засобу контролю за допомогою їжі, апелює до деструктивних, регресивних потягів сина. Негайна погибель героя – наслідок інфантильної поведінки й бажання поновити симбіотичний зв'язок із матір'ю. Зі старими механізмами взаємодії потрібно покінчити раз і назавжди, сутнісні зміни метафорично пов'язані з символічною смертю і воскресінням: "у більшості випадків ініціація зрілості приводить до смерті, за якою слідує воскресіння" [10, с. 144]. Воскреслий герой усвідомлює небезпеку і готовий до цілковитої сепарації. ***Життєдайна трапеза***, яку готує для героя сестра Середа, на противагу до трапези з матір'ю, свідчить про становлення нової сильної особистості, здатної до конструктивних взаємин. Трапеза є маркером ставлення матері та сестри Середи до протагоніста: мати доручає синові здобути ягоди і свинку-золоту-щетинку, сподіваючись, що він не впорається із завданням і загине, а сестра допомагає здобути бажане; мати годує сина несправжньою їжею, а сестра годує чарівною їжею, що допомагає повернути силу:

"– Оце ті ягідки, що ти достав, на, поїж їх.

Він поїв.

– А що тепер, брате?

– Е, тепер і наволочку чого-небудь підняв би.

От вона уп'ять ізжарила йому свинку-золоту-щетинку.

– Це та, братику, свинка, що ти доставав їм!

Він іззів; а вона:

– А що тепер, братіку, є здоров'я?

– Тепер, каже він, якби стовп у небо та в землю, то й світ би повернув" [9, с. 289].

Концепт життєдайної трапези реалізовано в образах чарівних ягід і свинки-золотої-щетинки. Трапеза виконує функцію ***магічного засобу,*** через вживання якого відбувається трансформація героя.Чарівні ягоди пов'язані з сексуальністю та життєствердною плодючістю. Свинка – золота-щетинка – це своєрідна тотемна тварина, споживання якої дозволяє набути надзвичайних якостей. Через трапезу відбувається протистояння смерті – воскресіння, відновлення сили, утверджується особистісна й сексуальна зрілість. Про дорослішання героя свідчить його готовність відмовитися від регресивної харчової поведінки і приймати від сестри Середи життєдайну їжу.

Поглинання злою матір'ю, харчова залежність і харчова регресія є загрозою для протагоністів різного віку: для маленьких дітей, які можуть щасливо жити лише з батьками ("Івасик-Телесик"), так само як і для підлітків, які проектують внутрішній потяг до деградації на батьків і мусять шукати партнера й будувати стосунки з ним ("Зла мати і сестра Середа). Подолання харчової залежності та потягу до харчової регресії пов'язане з проблемою сепарації та формування нових патернів поведінки. Особистісне становлення вимагає постійної боротьби за відокремлення і самостійність. Контроль, якого протагоніст мусить позбутися, відбувається через трапезу: мати годує Телесика, Змія бажає поглинути його; Зміючка-Оленка хоче вкинути його у піч; Зла мати, замість того, щоб годувати сина, вимагає для себе чарівної їжі, сестра Середа годує і повертає силу. Концептосфера трапези розкриває проблематику стосунків контролю й залежності через концепт поглинання злою матір'ю, концепти харчової залежності та харчової регресії.

У чарівній казці репрезентовано концепти, що втілюють сакральні смисли, характеризуються стійкістю, здатністю фіксувати та передавати сутнісні знання, мають потенціал генерувати нові смисли. У формуванні концептів, пов'язаних із трапезою, велике значення належить тілесності, яка стає реальним підґрунтям для реалізації конструктивних і деструктивних смислів. Способи репрезентації концепту на рівні сюжету, поетики і прагматики можуть варіюватися та змінюватися, проте соматичне підґрунтя та зв'язок із тілесністю послідовно зберігаються. Зокрема, у ключових концептах, пов'язаних із трапезою, метафорично осмислюється

процес годування матір'ю дитини як перший харчовий тілесний досвід людини. Символіка трапези в українському фольклорі, зокрема казках, має дуальну природу. Набуття або повернення сили, воскресіння головного героя, його ріст і розвиток стають можливими через споживання чарівної їжі. Причиною втрати сили, загибелі й деградації протагоніста є загроза харчової регресії, підсвідоме бажання повернутися до симбіотичного співіснування з матр'ю, заприявлене у пов'язаних із матір'ю харчових моделях. Реальна фізіологічна залежність немовляти від матері в текстах фольклору осмислюється у символічному, метафоричному ключі, екстраполюється на стосунки матері та дитини старшого віку й закономірно формує концептосферу чарівної казки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Архівні наукові фонди* рукописів та фонозаписів Інституту мистецтвознавства, фольклористики та етнології ім. М. Т. Рильського НАН України. – Ф. 1–5/394 Арк. 80.
2. *Адоньева С. Б.* Прагматика фольклора / С. Б. Адоньева. – СПб. : Изд. СПбГУ, 2004.
3. *Биркхойзер-Оэри С.* Мать: Архетипический образ в волшебной сказке / С. Биркхойзер-Оэри. – М. : Когито-Центр, 2010.
4. *З живого джерела*. Українські народні казки в записах, переказах та публікаціях українських письменників / Упоряд. та літ. обробка Л. Дунаєвської. – К. : Рад. школа, 1990.
5. *Славянские древности*. Этнолингвистический словарь : в 5 т. ; под ред. Н. И. Толстого. – М., 2004. – Т. 3.
6. *Структура волшебной сказки* / Е. М. Мелетинский, С. Ю. Неклюдов, Е. С. Новик, Д. М. Сегал. – М. : РГГУ, 2001.
7. *Українські народні казки* / Упоряд. Л. Дунаєвської. – К. : Веселка, 1991.
8. *Франко І.* Зібр. творів : у 50 т. / І. Франко. – К. : Наук. думка, 1976–1986. – Т. 36.
9. *Чубинский П. П.* Труды этнографическо-статистической экспедиции в Западно-Русский край. Материалы и исследования, собранные д.чл. П. П. Чубинским. Сказки мифические и бытовые. – СПб., 1877. – Т. 2.
10. *Элиаде М.* Ностальгия по истокам / Мирча Элиаде. – М. : Ин-т общегуманитарных исследований, 2006.
11. *Barthes Roland*. Towar dapsycho sociology of contem poraryfood consumption. / Euro peandietfrompre industrialto moderntimes. – Ed. Elborg Forster andRobert Forster. – New York, 1975. – P. 47–59.
12. *Bettelheim Bruno*. Fear of Fantasy; Hansel and Gretel; The Jealous Queen in 'Snow White' and the Myth of Oedipus; Snow White / from The Uses of Enchantment: The Meaning and Importance of Fairy Tales, NY: Vintage Books, 1975.
13. *The Cambridge World History* of Food. – Cambridge : University Press, 2000.

Стаття надійшла до редколегії 20.04.2016.

Коржик А. О., асп.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

КОНЦЕПТОСФЕРА ТРАПЕЗЫ В СКАЗКАХ "ИВАСИК-ТЕЛЕСИК" И "ЗЛАЯ МАТЬ И СЕСТРА СРЕДА"

Посвящена исследованию инициального становления главных героев сказок с точки зрения символов и концептов, связанных с трапезой, на примере сказок "Ивасик-Телесик" и "Злая мать и сестра Среда". С одной стороны трапеза рассматривается как источник силы и жизни, с другой – несет в себе угрозу пищевой регрессии. В фольклорных текстах предлагается модель преодоления инфантильности и выхода на новый уровень личностного развития путем преодоления зависимости от матери.

Ключевые слова: *волшебная еда, Ивасик-Телесик, концептосфера трапезы, пищевая регресия, протагонист, сказка, украинский фольклор.*

Korzhyk A. O., postgraduate student
Taras Shevchenko National University of Kyiv

FOOD CONCEPTS IN FAIRY TALES "IVASIK TELESYK" AND "EVIL MOTHER AND SISTER WEDNESDAY"

The article is focused on the issue of initiation in fairy tales in terms of food symbols and concepts. Fairy tales "Ivasik Telesyk" and "Evil mother and sister Wednesday" represent separation of the main male heroes. On the one hand,food is seen as a source of strength and life; on the other hand, it can be connected with the threat of food regression. The folklore texts propose models of overcoming infantilism and enteringnew level of personal development by overcoming dependence on mother.

Keywords: *Ivasik Telesyk, fairy tale, food concept,the protagonist,Ukrainian folklore, food regression, magic food.*

УДК 811.161.2'255.4:27-247 Морачевський

Костенко І. Л., викл.
НТУУ "Київський політехнічний інститут"

ОСОБЛИВОСТІ ТЕКСТУ ЄВАНГЕЛІЯ В ПЕРЕКЛАДІ ПИЛИПА МОРАЧЕВСЬКОГО

Присвячено розгляду особливостей лексики тексту Євангелія перекладу Пилипа Морачевського. Здійснено аналіз лексичних і граматичних особливостей української мови, які зазнали авторитарного втручання в період 1930–1980 рр.

Ключові слова*: український переклад Євангелія, Морачевський, церковнослов'янізми, репресована лексика.*

Дослідження перекладів українською мовою книг Святого Письма тривалий час лишалися поза увагою науковців з огляду на особливості ідеології радянської доби. Після проголошення незалежності України з'явилася чимала кількість праць із характеристикою мовно-стильових особливостей текстів Святого Письма (В. Німчук, Н. Дзюбишина-Мельник, Т. Мороз та ін.).

Стаття репрезентує дослідження лексичного обрамлення тексту Євангелія перекладу П. Морачевського. Зокрема докладно охарактеризовані групи церковнослов'янізмів та архаїзмів. **Актуальність** цієї роботи полягає в розгляді так званої репресованої лексики – слів, словосполучень, словотвірних форм, використання яких було значно обмежено або повністю заборонено в радянський період.

1860 р. Пилип Морачевський здійснив перший повний переклад Нового Завіту новоукраїнською літературною мовою. "Всіма мовами проповідується слово Боже. Визнавці Христа Спасителя мають Біблію своїми мовами, а Малоросія, мовою котрої розмовляють близько 12 мільйонів православних християн, не має своєю мовою навіть Євангелія. Високі Божественні істини з усією простотою, зрозумілістю й теплотою Євангельського вчення, висловлені простою, зрозумілою кожному мовою, з якою зливаються всі ідеї і розуміння народу, осяяли б темний розум найсвітлішим і душоспасним світлом Віри і очистили б хистку мораль народу швидше та глибше за всі вчені тлумачення… З цією метою я розпочав переклад Євангелія малоросійською мовою" [4, 468]. Так інспектор Ніжинської гімназії Пилип Морачевський пояснив підстави своєї роботи над перекладом Святого Письма. 1860 р. готовий рукопис перекладач надіслав Священному Синоду до Петербурга.

Тоді з політичних причин Євангеліє друкувати не дозволили. Дізнавшись про таке рішення Синоду, Морачевський переслав переклад до Академії наук Росії. Для оцінки тексту там було створено спеціальну комісію у складі кращих славістів – академіків І. І. Срезневського А. Х. Востокова та А. В. Нікітенка. Учені ознайомилися з перекладом і поцінували його "просту і зрозумілу" [4, с. 468] мову дуже високо: "Євангеліє є в найвищій мірі працею визначною у сенсі вчено-філологічному та релігійно-правовому. Щодо першого, то насамперед постає питання: чи можна малоросійською мовою передати ті божественні і величні істини, що містить у собі Євангеліє? Питання цим перекладом, на нашу думку, вирішено

якнайкраще. Малоросійська мова в цьому перекладі блискуче витримала випробування. Переклад Морачевського демонструє, що і якість, і характер слів, і якість словосполучень ніде не зраджують ні достоїнству, ні змісту викладених думок" [4, с. 476].

Академіки звернулися до Священного Синоду з рекомендацією надрукувати Євангеліє, навіть якщо цей переклад "буде потрібний бодай одній людині, то й цього достатньо, щоб йому бути" [4, с. 474].

Попри високу оцінку науковців перший примірник українського перекладу Євангелія вийшов лише 1906 р. Перед початком друку редакторська група, до складу якої, серед інших, входили видатний мовознавець Павло Житецький і подільський єпископ Порфирій Левицький, зробила незначні правки тексту.

Упродовж 1906–1907 рр. було продано майже 130 тисяч примірників українського Євангелія. Попри цей, неймовірний як на той час, наклад нині Євангеліє в перекладі Морачевського є надзвичайною бібліографічною рідкістю. Максим Стріха у статті "Біблія по-нашому" стверджує, що у фондах національної бібліотеки України імені Вернадського зберігається лише четверте з Євангелій – від Іоанна [11].

Отже, досліджуючи особливості лексики цього тексту, варто з'ясувати, яким саме словниковим складом мови перекладачеві вдалося "передати божественні і величні істини… блискуче" [4, с. 476].

У цьому зв'язку насамперед варто виокремити використання церковнослов'янізмів. У перекладі Морачевського велика група церковнослов'янізмів – дієслів, що містять у своїй основі префікси воз-, пре -, пред-:

"Не думайте казати собі: батька маємо Авраама, бо кажу вам, що Бог має силу із сього каміння *воздвигнути* дітей Авраамові" [9, с. 6].

"Ви чули, що сказано стародавнім: не *прелюбодійствуй"* [9, с. 9].

"І сталося, коли він *возлежав* за столом у його господі, аж ось багато надійшло митарів і грішників" [9, с. 17].

"Як він увійшов до Божого дому і їв хліби *предложення*" [9, с. 23].

"І – *возлюби* ближнього твого, як себе самого" [9, с. 38].

Церковнослов'янізми надають тексту урочистості. У найновішому (2003) перекладі Біблії українською велика частина церковнослов'янізмів замінена словами з активного вжитку мови. Порівнюючи, можна побачити відмінність:

"Кажу вам, що Бог може з каміння цього *звести* дітей Авраамові" [10, с. 26].

"Ви чули, що було сказано древнім: *нечини перелюбу*" [10, с. 36].

"Як він увійшов у храм Божий і їв хліби *принесення*" [10, с. 57].

"Він сказав у відповідь: *люби* Господа Бога твого всім серцем твоїм" [10, с. 85].

Друга група церковнослов'янізмів у перекладі Морачевського – іменники:

"А як сидів він на *судищі,* жінка його послала йому сказати: нічого не чини Праведнику тому" [9, с. 58].

"І тільки що вийшов Він з човна, зараз зустрів Його чоловік з гробовищ" [9, с. 70].

"Стережіться книжників, що бажають ходити у шатах і люблять вітання на торгах та перші *сідалища* в синагогах" [9, с. 150].

Переклад Морачевського вирізняє також чимала група архаїзмів: *сотник, клуня, комора, челядь, росчина, біляр, лічба, начиння, рало, кій, гони, стадія, наймит, свита, калитка.*

Однак найбільшою особливістю цього тексту є лексика, яка вийшла з активного вжитку мови після 1930 р. Ці слова зникли в часи так званої радянської війни за "чистоту" української мови. Характеризуючи цей період, мовознавець Лариса Масенко пояснює, що ця війна, "яку час від часу оголошувало компартійне керівництво, мала зовсім інше підґрунтя і мотивацію, ніж відомі в історії багатьох мов, особливо загрожених, пуристичні рухи. Якщо останні спрямовувались на боротьбу з іншомовними запозиченнями, тобто мотивувались уболіванням за збереження розвитку мови на питомій базі, то радянські мовні чистки фактично були війною із самою мовою, бо, на відміну від пуристських, вони ніколи не вилучали слова виразно іншомовного походження, а стосувались питомої або засвоєної лексики… далекосяжною метою такої політики було зведення української мови до стану говірки російської мови" [2, с. 34].

У тексті Морачевського великою мірою представлені слова, словосполучення, словотвірні й морфологічні форми, використання яких було значно обмежено або повністю заборонено в радянський період.

Отже, розглянемо кілька прикладів тексту зі словами (виділені курсивом), які сьогодні вилучені з активної лексики або загалом з мови. Поряд вказані варіанти відповідників із найновішого (2003) українського перекладу:

Ми бачили *звізду* Його на сході [9, с. 4] – зірку [10, с. 23].

Я не годен і обувя Йому понести [9, с. 6] – недостойний, взуття [10, с. 27].

Як вони закидали *мережі* у море [9, с. 8] – сіті [10, с. 29].

І хто схоче *позиватися* з тобою [9, с. 10] – судитися [10, с. 34].

Не будь, як лицеміри, що люблять на *роспуттях* ставати на молитву [9, с. 11] – перехрестях [10, с. 36].

Тим-то коли вже світ, що в тобі, є *тьма,* то яка ж тьма [9, с. 12] – темрява [10, с. 37].

Сей *гудить* Бога [9, с. 16] – богохульствує [10, с. 45].

Він подібний до *хлоп'ят*, що сидять на улицях і *гукають*[9, с. 21] – дітей, звертаються [10, с. 55].

Кодло гадюче [9, с. 24] – *поріддя єхид нове* [10, с. 60].

Як трапиться йому яка *туга*, або *напасть* за слово, то зараз *блазниться*[9, с. 26] – скрута, гоніння, спокушається [10, с. 63].

Хто *чинитиме* волю Божу [9, с. 67] – творитиме [10, с. 147].

Але *клопоти* віку сього і *принада* багацтва [9, с. 68] – турботи, спокуси [10, с. 149].

Іродияда *злобилась* на його [9, с. 73] – гнівалась [10, с. 156].

І *опріч* одного хліба не мали з собою [9, с. 77] – окрім [10, с. 164].

Почали *ремствувати* [9, с. 54] – гніватись [10, с. 174].

Прийшла жінка, маючи *кухлик* мира [9, с. 91] – посудина [10, с. 188].

Многі не по правді свідкували [9, с. 91] – багато лжесвідчили [10, с. 192].

І *уздрить* всяка тварь спасення Боже [9, с. 06] – побачить [10, с. 224].

Бо вони думають, що за *велемовство* своє будуть вислухані [9, с. 11] – багатослів'я [10, с. 36].

У того, хто взяв твоє, *не доправляйся* [9, с. 113] – не вимагай [10, с. 238].

І *сталось*, коли *зближались* дні *одходу* Його [9, с. 124] – було, наближались, відходу [10, с. 256].

Коли нечистий дух вийде з чоловіка, то *вештається* по місцях безводних [9, с. 128] – ходить [10, с. 265].

Бережіться *зажерливості* [9, с. 131] – користолюбства [10, с. 270].

Погляньте на *гайворонів* [9, с. 132] – воронів [10, с. 270].

Треба молитись і не *тужити* [9, с. 143] – не занепадати духом [10, с. 291].

І багато було *пересудів* про Нього [9, с. 177] – розмов [10, с. 359].

Марія *хутко* встала [9, с. 188] – поспішно [10, с. 378].

Хто любить Мене, слово моє *держатиме* [9, с. 195] – збереже [10, с. 391].

Осібну групу втраченої словотвірної форми у перекладі Морачевського становлять дієслова з префіксом од- : *одібрати, одв'язати, одповісти, одвідувати, оддавати, одводити, одійти, одсікти, одправляти, одвалювати, одкрити (очі), одступити, одлучити, одпустити, одходити, одпливати, одтинати, одчиняти*, *одтягти, одказувати, одрікатися, одпустити, оддати, одвалювати, одчалити, однімати, одмовляти.*

У словниках до 1930 р. ці дієслова представлені з двома префіксами од- та від-. У словниках пізнішого часу й донині чинним є творення таких дієслів лише префіксом від- : *відібрати, відповісти, відвідувати, відводити, відправляти, відвалювати, відступити, відходити, відпливати, відчиняти, відрікатися, відвалювати* тощо.

Отже, з огляду на вищесказане можна зробити такі висновки: текст перекладу Морачевського є взірцем живої розмовної мови, яка побутувала в Україні до початку ХХ ст. Ця блискуча – за визначенням російських академіків – мова була простою і зрозумілою кожному українцю. Її вирізняють церковнослов'янізми й архаїзми. Однак самобутньою основою тексту перекладу є питома лексика, яка зазнала авторитарного втручання в період 1930–1980 рр. і нині здебільшого вилучена зі словників. Порівняння мови тексту Морачевського з найновішим перекладом Святого Письма дає підстави стверджувати, що репресивні заходи радянського часу призвели до помітного збіднення словникового запасу української мови.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Великий тлумачний словник* сучасної української мови / В. Бусел, М. Василега-Дерибас, О. Дмитрієв. – К. : Ірпінь: ВТФ Перун, 2007.

2. *Масенко Л.* Українська мова у ХХ сторіччі: історія лінгвоциду / Л. Масенко. – К. : Видавничий дім "Києво-Могилянська академія", 2005.

3. *Мороз Т. В.* Лексика перекладів книг Святого Письма у контексті розвитку української літературної мови в другій половині XIX на поч. ХХ ст / Т. В. Мороз. – Чернівці : ЧНУ, 2007.

4. *Науменко В. Ф.* С. Морачевский и его литертурная деятельность / В. Науменко // Киевская старина, 1902. – № 12.

5. *Російсько-український словник* ділової мови / Українська академія наук / М. Дорошенко, М. Станиславський, В.Страшкевич. – К. : 1930. Електронна версія, 2007.

6. *Російсько-український словник* / Українська академія наук./ А. Кримський, С. Єфремов. – К., 1924–33. Електронна версія, 2007.

7. *Словник синонімів* української мови : у 2 т. / НАН України. Інститут мовознавства ім. О.О. Потебні / А. Бурачок, Г. Гнатюк, С. Головащук. – К. : Наук. думка, 2011.

8. *Словарь української мови* : у 4 т. / упоряд. Б. Грінченко. – К. : Наук. думка, 1996.

9. *Святе Євангеліє*. – К., 1919.

10. *Святе Євангеліє*. – К. : Видавничий відділ УПЦ КП, 2003.
11. *Стріха М*. Біблія по-нашому / М. Стріха // Україна молода. – 2006. – 1 вересня. – № 159.

Стаття надійшла до редколегії 20.04.2016.

Костенко И. Л., препод.
НТУУ "Киевский политехнический институт"

ОСОБЕННОСТИ ТЕКСТА ЕВАНГЕЛИЯ В ПЕРЕВОДЕ ФИЛЛИППА МОРАЧЕВСКОГО

Посвящена рассмотрению особенностей лексики текста Евангелия перевода Морачевского. Осуществлен анализ лексических, грамматических особенностей украинского язика, которые были подвергнуты авторитарному вмешательству в период 1930–1980 гг.

Ключевые слова: *украинский перевод Евангелия, Морачевский, церковнославянизмы, репрессированная лексика.*

Kostenko I. L., faculty member
NTUU "Kyiv Politechnic Institute"

PECULIARITIES OF THE GOSPEL TEXT IN THE TRANSLATION OF PYLYP MORACHEVSKY

This article examines the specifics of Pylyp Morachevsky's translation of the Gospel. The author analyzes the grammatical and lexical features of the Ukrainian language, which were subjected to authoritarian repression during the period of 1930–1980.

Keywords: *Ukrainian Gospel translation, Church Slavonic terminology, Morachevsky, repressed vocabulary.*

УДК 811.111'255'4'276=161,2

Котєньова І. Ю., студ.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ЛЕКСИКО-ГРАМАТИЧНІ ПРОБЛЕМИ ВІДТВОРЕННЯ ДИТЯЧОГО МОВЛЕННЯ У ПЕРЕКЛАДІ (НА МАТЕРІАЛІ РОМАНУ ГАРПЕР ЛІ "ВБИТИ ПЕРЕСМІШНИКА")

Присвячено аналізу способів перекладу дитячого мовлення ухудожньому дискурсі на матеріалі роману американської письменниці Гарпер Лі "Вбити пересмішника" та його двох перекладів українською мовою, виконаних Харенком М. Ф. і Некряч Т. Є. Окреслено проблеми відтворення дитячого мовлення в перекладі на лексичному, граматичному й фонетичному рівнях мовної сис-

теми. Встановлено, що основними способами перекладу дитячого мовлення є нейтралізація дефразових скорочень, транслітерація, упущення авторських неологізмів, використання українських еквівалентів-фразеологізмів тощо.

Ключові слова: *дитяче мовлення, неологізм, переклад художнього дискурсу, транслітерація, фразеологізм.*

З усіх складових художнього дискурсу дитяче мовлення становить інтерес і складність для дослідження, оскільки цьому виду мовлення притаманне порушення мовних норм, розмовно-побутовий характер, вживання редукованих форм, вигуків та емоційно-забарвленої лексики.

Особливості дитячого мовлення в англійській мові вивчала О. Ю. Моісеєнко, яка дослідила дискурсно-прагматичні особливості дитячого мовлення на матеріалі сучасної англійської мови, Н. Ю. Кораблева, яка займалася проблемами перекладу дитячого мовлення з англійської, а також іспанська дослідниця В. Алсіна, яка у своїй англомовній книзі "The translation of idiolect in children's literature" проаналізувала особливості передачі ідіолекту дітей у перекладі. Як бачимо, багатьох науковців цікавила та продовжує цікавити тема перекладу дитячого мовлення. Ця проблема є актуальною, бо разом із розвитком людства, відповідно до нових реалій змінюється й мовлення людей. Дитяче мовлення також набуває нових особливих рис, властивих лише певній культурі, які перекладач завжди повинен уміти розпізнати та передати в перекладі.

На відміну від проведених раніше розвідок, наше дослідження зосереджується на порівнянні перекладів М. Ф. Харенка та Т. Є. Некряч роману Гарпер Лі "Вбити пересмішника". Тому **новизна** дослідження полягає в тому, що вперше проведено порівняльний аналіз українських перекладів роману Гарпер Лі "Вбити пересмішника" з погляду вивчення способів відтворення дитячого мовлення персонажів.

Мета нашого дослідження полягає у виявленні лексико-граматичних проблем відтворення дитячого мовлення в перекладі, а також аналізі способів його передачі на лексичному, граматичному та фонетичному рівнях мовної системи. **Матеріалом дослідження** обрано роман американської письменниці Гарпер Лі "To Kill a Mockingbird" ("Вбити пересмішника") і два його переклади українською мовою, виконані Харенко Михайлом Федоровичем (1975 р. видання) і Некряч Тетяною Євгенівною (2015 р. видання).

Однією з лінгвостилістичних особливостей дитячого мовлення персонажів, зумовлених псевдо-усно-розмовною природою художнього дискурсу, є наявність у текстах лінгвістичних варіацій, що є нестандартними лінгвістичними елементами, існування яких зумовлюється як мовленнєвим регістром, що залежить від обставин, у яких відбувається процес спілкування, так і наявністю елементів соціолектів, хронолектів, діалектів та ідіолектів, що вказують на походження мовця, його соціальний статус, епоху, у яку він живе тощо. Також завдяки усній природі цих елементів діалоги у рамках художнього дискурсу звучать більш природно [5, с. 147].

Із перших сторінок роману зрозуміло, що мовлення головних героїв характеризується використанням діалектних слів із *редукцією приголосних у кінці чи на початку слова, а саме усіченням кінцевого -g: readin', lookin', gettin'* та ін. Це доволі характерна риса мовлення афроамериканців і жителів півдня США, тому не дивно, що мовлення головних героїв-дітей Скаута, Джемі й Діла, які мешкають у містечку південного штату Алабама та постійно спілкуються зі своєю гувернанткою-афроамериканкою, насичено подібними діалектними словами. Також редукція приголосного характерна для дитячого мовлення взагалі, і відбувається це явище тому, що діти намагаються спростити ті склади у слові, які їм важко вимовляти [9, с. 35]. Розглянемо такі приклади:

1. *–You got anything needs readin' I can do it… [6, с. 4].*

– Якщо вам треба щось прочитати, то я можу... [2, с. 7].

– Якщо треба щось прочитати, я б міг… [1, с. 11].

У перекладах не було передано особливостей мовлення головного героя Діла, бо обидва перекладачі відтворили дієслова з редукованим приголосним наприкінці слова за допомогою звичайної дієслівної форми *прочитати*, що в українській мові не є маркером дитячого мовлення. На нашу думку, М. Ф. Харенко та Т. Є. Некряч не переклали редукцію, бо в українській мові не існує еквіваленту для дієслів з усіченими приголосними англійської мови.

2. *– Miss Stephanie Crawford said she woke up in the middle of the night one time and saw him looking straight through the window at her… said his head was like a skull lookin' at her [6, с. 7].*

– Міс Стефані Крофорд казала, що одного разу, прокинувшись серед ночі, бачила, як він дивиться на неї у вікно... Дивиться, а голова – не голова, а череп [2, с. 11].

– Міс Стефані Крофорд розповідала, що вона якось прокинулася серед ночі, а він дивиться на неї у вікно…а голова у нього – просто череп, і все дивиться, дивиться… [1, с. 19].

Що стосується цього прикладу, то обидва перекладачі знову використали одне й те саме слово *дивиться*, тим самим не передавши особливості мовлення Скаута на фонетичному рівні, і все ж таки Т. Є. Некряч вдалося на лексичному рівні зробити акцент на особливості мовлення дитини. Перекладач застосувала прийом повторення, що є властивим для мовлення україномовних дітей, які повторюють слова для підсилення ефекту, а в цьому випадку ще й для створення інтриги, напруги у нестандартній ситуації. М. Ф. Харенко використав досить характерну конструкцію *а голова – не голова*, яка також створює певну інтригу. Різниця в тому, щоперекладачі зосередилися на різних образах: у Т. Є. Некряч – це погляд, а в М. Ф. Харенка – це власне череп. Таким чином, М. Ф. Харенко акцентує саме на жахливому вигляді Страхолюда, чим викликає яскравіше уявлення про його постать, а Т. Є. Некряч виділяє власне процес, тривалість дії, що створює напругу й очікування якоїсь розв'язки.

3. *– I don't want you holler in'something different the minute I get back [6, с. 53].*

– Бо коли я повернуся, ти скажеш, ніби щось було не так [2, с. 57].

– А то потім почнеш верещати ще про щось [1, с. 61].

У цьому прикладі так само відбувається заміна звуків для передачі асимілятивного спрощення приголосних, але в перекладі цього не відображено. Якщо порівняти два переклади, то одразу ж видно різницю в емоційній забарвленості слів: "ти скажеш" і "почнеш верещати". Варіант Т. Є. Некряч набагато експресивніший за версію М. Ф. Харенка та є більш властивим для дитячого мовлення, і до того ж ще й більш точним, бо у словнику подано переклад слова *"hollering", як "кричати, верещати".* Для того, щоб відобразити особливості мовлення на фонетичному рівні, можна було б використати "*веЛещати*" замість "*веРещати*", але такий варіант був би доречним для мовлення головного героя молодшого віку, а не для Джема, якому, за словами авторки, виповнилося майже десять років.

Редуковані форми властиві і для заміни дієслів*begoingto, let, tohave, oughtto, caught, want.* Наприклад:

1. *– You have to think about these things …. Lemme think… it's sort of like making a turtle come out…" [6, с. 8].*

– Діл, усе це треба обмізкувати, – сказав Джем. – Дай хвилинку подумати... це все одно, що примусити черепаху висунути голову... [2, с. 13].

– Діле, тут треба усе добре зважити. Дай поміркувати… це ніби примусити черепаху вистромитися з панцира… [1, с. 21].

2. *– What you reckon we ought ado, Jem? [6, с. 19].*

– То як ти думаєш, Джем, що нам робити? [2, с. 28].

– То що робитимемо, як гадаєш, Джемі? [1, с. 49].

В обох перекладах редуковані форми дієслів замінено еквівалентними словами української мови в повній формі. На нашу думку, для відображення особливості мовлення у прикладі 1 доречно було б додати до дієслова "*дай*", яке використали обидва перекладачі, словотвірну частку -но, що внаслідок виглядало б як "*дай-ноподумати/поміркувати*". Також форма майбутнього часу дієслова *робитимемо*, використана у перекладі Т. Є. Некряч, є занадто складною для мовлення дитини взагалі, а для перекладу редукованої форми дієслова в оригіналі тим паче.

Для мовлення жителів півдня США типовим є *усічення конструкції itis як 's, займенника them як 'em,* які також часто зустрічаються в мовленні головних героїв-дітей. Оскільки таке усічення неможливо передати в перекладі, тому як М. Ф. Харенко, так і Т. Є. Некряч застосували у своїх перекладах еквіваленти повної форми is і them:

1. *– Ain't hateful, just persuades him – 'snot like you 'd chunk him in the fire, Jem growled [6, с. 8].*

– Ніяка не мерзота – треба ж якось її примусити, це ж не те, що кинути її у вогонь, – пробурчав Джем [2, с.13].

– Нічого не огидно, треба ж її якось переконати, – це ж не те саме, що кинути її у вогонь, – насупився Джем [1, с. 21].

2. *– Almost died first year I come to school and etthem pecans–folks say hepizened 'emand put 'em over on the school side of the fence [6, с. 12].*

– Уперше пішовши до школи, я мало не вмер: наївся горіхів. Кажуть, він їх навмисне отруює і кидає через паркан [2, с. 18].

– Ще б пак! Я мало дуба не врізав, коли вперше прийшов до школи і наївся тих горіхів, – Люди кажуть, що він їх затруює і навмисно підкидає на шкільний двір [1, с. 34].

Останній приклад є цікавим також через переклад Т. Є. Некряч словосполучення *Almost died* яскравим і колоритним фразеологізмом *Я мало дуба не врізав*. Таким чином перекладачеві вдалося компенсувати втрату редукованих конструкцій і зробити акцент на розмовному, безпосередньому стилі дітей.

Переклад фразеологізмів заслуговує особливої уваги, оскількиу тексті роману вони зустрічаються досить часто. Нижче наведено приклад одного із фразеологізмів, для перекладу якого обидва перекладачі знайшли дуже точний еквівалент українською мовою і тим самим не втратили експресивного забарвлення мовлення Діла:

1. *– You' re too scared even to puty our bigtoe in the front yard [6, c. 15].*

– Ти боїшся навіть однією ногою ступити до нього на подвір'я [2, с. 18].

– Ти такий боягуз, що не наважишся і ногою ступити на їхнє подвір'я [1, с. 20].

Мовлення головних героїв-дітей також характеризується *використанням архаїзмів і діалектизмів британського й американського варіантів англійської мови.* Такі приклади можемо знайти у першій главі роману, де дівчина Скаут розповідає про історію своєї родини:

1. *– He remembered her clearly, and sometimes in the middle of a game he would sigh at length, then go off and play by himself behind the car-house [6, c. 3].*

– Він добре пам'ятав її, інколи під час гри важко зітхав, йшов за гараж і грався там один [2, с. 4].

– Він її добре пам'ятав й іноді, у розпал ігор, журливо зітхав, ішов за гараж і там грався на самоті [1, с. 10].

У цьому прикладі вжито діалектизм *car-house*, який належить до британської англійської. Формою зазначеного діалектизму в американській англійській мові є *garage*. Діалектизм має значення "*a building for keeping a car in, usually next to or attached to a house*" [7], тобто це будівля, призначена для того, щоб тримати там автомобіль, і яка знаходиться поруч із будинком, чи поєднана з ним; іншими словами – просто гараж. У перекладах діалектизми відтворено за допомогою еквіваленту "гараж".

2. *– In England, Simon was irritated by the persecution of those who called themselves Methodists at the hands of their more liberal brethren… [6,c. 2].*

– Саймону не подобалося, що в Англії більш ліберальна братія переслідувала людей, які називали себе методистами… [2, с. 5].

– В Англії Саймона переслідували ті, кого їхні ліберальніші одновірці називали методистами… [1, с. 7].

Слово *brethren* – це архаїзм, який належить до американської англійської і має значення "*used to address or talk about the members of an organization or group, especially a religious group*" [7]. У перекладі М. Ф. Харенка діалекти відтворено за допомогою українського еквіваленту з експресивним розмовним значенням: "*братія* – 1. розм., іноді ірон. Або жарт. Люди однієї професії, одного суспільного середовища; 2. Ченці однієї общини або монастиря" [4, с. 231]. Т. Є. Некряч передала цей архаїзм більш зрозумілим для дитячої аудиторії словом *одновірці*, але втратила при цьому експресивність. Цей приклад також є цікавим із погляду досить непростого за значенням лексичного матеріалу, а саме таке слово, як *Methodists* і словосполука *liberalbrethren*. Ці поняття є досить нехарактерними для дитячого мовлення, але оскільки головна героїня Скаут розповідає про історію своєї родини, що пов'язана з певними історичними подіями, то оповідь не обійшлася без згадування реалій тих часів, про які йдеться (а саме відокремлення методистів від англіканської церкви у 1720-х рр.). Також можна припустити, що такі складні конструкції та нехарактерні для дитячого мовлення слова Скаут використовує у своїй оповіді не в ранньому дитинстві, а роками пізніше, у більш дорослому віці, будучи обізнаною в історії своєї Батьківщини й родини.

До цікавих випадків у мовленні головних героїв можна віднести *невірне вимовляння слів*, наприклад:

1. *– A good home remedy for - Burris, I want you to go home and wash your hair with lye soap. When you've done that, treat your scalp with kerosene. – What fer, missus? [6, с. 14].*

– Надійний домашній засіб од... Барріс, іди додому і помий голову дьогтьовим милом. А потім протри гасом. – Нащо, місс? [2, с. 18].

– Гарний домашній засіб від… Барисе, я хочу, щоб ти пішов додому і помив голову дігтярним милом. А потому оброби всю голову гасом. – Це ще для чого, місіс? [1, с. 38].

Зазначений приклад демонструє неправильне вимовляння хлопцем Барісом Юелом прислівника *for* і звертання *missis*. Баріс Юелє в романі є неосвіченим хлопцем із неблагополучної родини, він не навчається у школі, а тому використання цієї діалектної форми fer, missus зумовлене його неграмотністю. Т. Є. Некряч використала правильну форму слова *"місіс"* в українському перекладі, у той час як М. Ф. Харенко дослівно транслітерував це діалектне слово, і тим самим йому вдалося передати неосвіченість хлопця та його індивідуальний стиль мовлення.

Велику роль у мові дитини відіграють *вигуки.* Дитина зазвичай сповнена різноманітних емоцій, які як найповніше виявляються у вигуках, що виступають сигналом початку нової теми розмови й заповнюють паузи, необхідні для обдумування мовленнєвих ходів у відповідь. Коли вигуки висловлюють реакцію на оточуючу дійсність, вони служать зв'язком висловлювань із безпосереднім контекстом ситуації [3, с. 9]. Мовлення головних героїв роману також характеризується частим використанням вигуків:

1. *– Hey. –Hey yourself, – said Jem pleasantly [6, с. 4].*

– Привіт! – озвався він. – Сам привіт! – весело відповів Джем [2, с. 7].

– Привіт. – І тобі привіт, – чемно відповів Джемі [1, с. 11].

Діалектизм *hey* є формою американської англійської *hi (привіт*). В Online Etymology Dictionary походження діалектизму hey описано так: "*as a call implying challenge, rebuttal, anger, derision; variously spelled in Middle English hei, hai, ai, he, heh. Later in Middle English expressing sorrow, or concern; also a shout of encouragement to hunting dogs*. In modern use often weakened, expressing pleasure, surprise" [8, с. 1200]. Відповідно, діалектизм hey використовувався як засіб демонстрації емоційної реакції подиву, задоволення й ін. Нині під цим діалектизмом розуміють форму привітання. Саме це значення відтворене у перекладі – *привіт.*

Надзвичайно цікавим є спосіб перекладу другої репліки у варіанті М. Ф. Харенка: "*Сам привіт*", така відповідь є типово дитячою в українській мові. Однак у цьому випадку вона має негативно-емоційне забарвлення, і складається враження, що відповідач, а саме Джемі, не дуже зрадів привітанню та відповів на нього трішки агресивно. У перекладі ж Т. Є. Некряч ми навпаки бачимо, що хлопець радо йшов на контакт, навіть слово "*pleasantly*" вона переклала як "*чемно*".

2. *– Yeb'm, – he finally mumbled [6,с. 10].*

– Еге, – видавив він нарешті [2, с. 15].

– Так, мем, – нарешті промимрив він [1, с. 28].

Yeb'm – це авторський новотвір, який ми можемо віднести до діалекту, оскільки він порушує норми правильної вимови. У перекладі М. Ф. Харенка його відтворено розмовним вигуком *еге*, передаючи емоційну забарвленість оригіналу. Т. Є. Некряч замінила розмовний вигук звичайною стверджувальною формою "*так*".

3. *– Yessum! – calledJem. – It'sbeautiful, ain'tit, MissMaudie? [6, с. 78].*

– Гаразд! – вигукнув Джем. – Яка всюди краса, міс Моді, правда? [2, с. 82].

– Добре, мем! – вигукнув Джемі. – Як гарно, правда ж, міс Моді? [1, с. 91].

Діалектне слово *Yess um* вживається лише мешканцями півдня США. Воно означає конструкцію *yes ma'am*. У перекладі М. Ф. Харенка слово відтворене за допомогою еквівалента *гаразд*, а в перекладі Т. Є. Некряч знаходимо дослівний переклад *добре, мем*, щоє більш вдалим, бо відображає шанобливе ставлення Джемі до міс Моді, і водночас їхні дружні стосунки.

Особливістю дитячого мовлення є *граматично неправильне вживання допоміжних дієслів*, ось як у наступному прикладі, де відносно до третьої особи однини вжито допоміжне дієслово *don't* замість *doesn't*:

1. *– HowdoyouknowAmatch DON'T hurthim? [6, с. 12].*

– Звідки ти знаєш, що їй не боляче від сірника? [2, с. 14].

– А звідки ти знаєш, що їй не боляче? [1, с. 21].

Обидва перекладачі використали словосполучення, що звучить правильно та природно в українській мові – "*їй не боляче*", але не відображає граматичної помилки, зробленої Скаутом – занадто складним завданням є відображення такої особливості мовлення у перекладі. В українській мові, як у мові синтетичного класу, допоміжні слова вживаються вкрай рідко, а конкретно в цьому прикладі допоміжне дієслово не можна застосувати взагалі.

Досить часто в тексті зустрічається ненормативна лексика:

1. *– Turtlescan'tfeel, stupid [6, с. 12].*

– Дурний, черепахи нічого не відчувають [2, с. 14].

– Черепахи нічого не відчувають, дурню [1, с. 21].

2. *– Reportandbedamnedtoye! Ain'tnosnot-nosedslutofaschoolteacherever born c'n make me do nothin'!Youain'tmakin' megonowhere, missus. You just remember that, you ain'tmakin'megonowhere! [6, с. 28].*

– Ну й чорт із тобою – доповідай! Знайшлася тут соплива, теж мені вчителька! Думає, що вигнала мене! А дзуськи! Мене не виженеш. Затям! Я сам іду![2, с. 31].

– Доповідай і йди під три чорти! Буде якась шмарката хвойда-вчителька мені тут вказувати! Це не ти мене виганяєш, ясно? Затям собі, тітко, – не ти мене вигнала, я сам пішов! [1, с. 40].

Таке надзвичайно грубе та сварливе висловлювання Баріса Юела стосовно вчительки перекладачі відобразили теж досить експресивно й емоційно. Однак мовні звороти, обрані Т. Є. Некряч, здаються більш грубими та непристойними. Проте в оригіналі автор використав слово *slut*, що може перекладатися декількома варіантами: "*нечепура", "лярва", "повія","хвойда"* і т. д. Т. Є. Некряч обрала досить грубе слово *"хвойда",* в той час коли М. Ф. Харенко взагалі його опускає й обмежується фразою: "*Теж мені вчителька*". Ця кардинальна різниця в перекладах пов'язана з тим, що М. Ф. Харенко перекладав цей роман у 1970-х рр., ще в часи СРСР, коли такі лайливі слова були неприпустимими в літературі. Тому не дивно, що перекладач вирішив опустити таке непристойне слово.

Способи перекладу власних назв, які зустрічаються в тексті роману, заслуговують особливої уваги:

1. *– Andwho'srunnin', MissPriss? [6,с. 29].*

– А хто ж це біжить, міс Причепо? [2, с. 32].

– І хто ж це біжить стрімголов, міс Причепо? [1, с. 39].

В Urban Dictionary можна знайти таке позначення слова "*Priss" – A word used to describe a female who exhibits excessively-prude, or tart behavior* [10], тобто це слово використовується для опису жінки, яка поводиться занадто гордо та вимогливо відносно інших. Судячи з цього, обидва перекладачі використали влучний еквівалент до фрази "*MissPriss*", а саме "*Міс Причепо".*

Цікавою лексичною одиницею для перекладу можна вважати визначення, вигадане дітьми для так званого феномену "*душі, що не дісталася на небеса і вештається самотніми дорогами*…" [1, с. 51], який в оригіналі має назву*HotSteam:*

2. *– YouactlikeyoubelieveinHotSteams [6, с. 39].*

– Можна подумати, що ти віриш у жар-пару [2, с. 43].

– Можна подумати, що ти віриш у Палючку-Гарячку [1, с. 51].

Переклади цього неологічного поняття є різними, але цікаво, що в оригіналі слова, які складають назву феномену, не римуються між собою, а в обох перекладах римуються та є співзвучними, що є набагато ближчим для менталітету українських дітей і звучить набагато краще та яскравіше, ніж дослівний переклад "*Гарячі пари*".

Як бачимо, мова кожного з головних героїв – дітей роману "Вбити пересмішника" є унікальною й надзвичайно колоритною, вона насичена діалектними словами, архаїзмами, вигуками тощо.Так, переклад дитячого мовлення є справжнім викликом, адже перекладачеві потрібно не лише підібрати аналог у цільовій мові, але й відобразити експресивно-емоційну насиченість мовлення

дитини. Як показують результати дослідження, основними способами перекладу дитячого мовлення є нейтралізація дефразових скорочень, транслітерація, упущення авторських неологізмів, використання українських еквівалентів-фразеологізмів. Що стосується граматичних конструкцій, то в більшості випадків граматичні маркери дитячого мовлення частково або повністю не відображаються в перекладі. Внаслідок цього різноманіття граматичних особливостей в англійській мові зводиться практично до нуля при їхній передачі українською мовою. Однак, хоча багато граматичних конструкцій і художніх засобів у мовленні головних героїв неможливо було передати українською взагалі, перекладачі компенсували відсутність експресивності в одних випадках колоритними виразами в інших. Т. Є. Некряч використала такі яскраво забарвлені слова, як *невиправні упертюхи, уколошкали, перехняблена, страхопол, засапані й закохані* і т. д. До такого ж прийому вдався і М. Ф. Харенко: *каюк, обмізкувати, прошпетимось, миршавий, патякаєш*. Таким чином, дитяче мовлення персонажів в українських перекладах роману "Вбити пересмішника" набуло індивідуального й неповторного стилю.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Гарпер Лі*. Вбити пересмішника / Гарпер Лі ; пер. з англ. Т. Некряч. – К. : Країна Мрій, 2015.

2. *Гарпер Лі*. Убити пересмішника [Електронний ресурс] / переклад М. Харенка. – Режим доступу: http://javalibre.com.ua/java-book/book/2921791.

3. *Моісеєнко О. Ю*. Дискурсно-прагматичні особливості дитячого мовлення (на матеріалі сучасної англійської мови) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філ. наук. : 10.02.04. "Германські мови"/ О. Ю. Моісеєнко. – Київський ун-т ім. Т. Шевченка. – К., 1999.

4. *Словник української мови*: в 11 т. / [уклад. А. Білоштан, М. Бойко, В. Градова, Г. Колесник, О. Петровська, Л. Юрчук]. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу до словн.: http://sum.in.ua/.

5. *Alsina V*. The translation of idiolect in children's literature: The Witches and Matilda by Roald Dahl / V. Alsina. – Berlin : Frank&Timme, 2012. – P. 145–164.

6. *Harper Lee* To Kill a Mockingbird [Електронний ресурс]/ Lee Harper. – UK: PenguinBooks, 1973. – Режим доступу до кн.: ymerleksi.wikispaces.com.

7. *Longman Dictionary of Contemporary English* [Електронний ресурс]. – Режим доступу до словн.: http://www.ldoceonline.com/.

8. *Online Etymology Dictionary* [Електронний ресурс]. – Режим доступу до словн.: http://www.etymonline.com/index.php?term=hey.

9. *Stephen J. Nagle*EnglishintheSouthernUnitedStates / Stephen J. Nagle, Sara L. – UK : SandersCambridgeUniversityPress, 2003.

10. *Urban Dictionary* [Електронний ресурс]: UK. – Режим доступу до словн.: http://www.urbandictionary.com/.

Стаття надійшла до редколегії 20.04.2016 р.

Котенова И., студ.
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

ЛЕКСИКО-ГРАММАТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ПЕРЕДАЧИ ДЕТСКОЙ РЕЧИ В ПЕРЕВОДЕ (НА МАТЕРИАЛЕ РОМАНА ХАРПЕР ЛИ "УБИТЬ ПЕРЕСМЕШНИКА")

Посвящена анализу способов перевода детской речи в художественном дискурсе на материале романа американской писательницы Харпер Ли "Убить пересмешника" и его двух переводов на украинский язык, выполненных М. Ф. Харенко и Т. Е. Некряч. Автором рассмотрены проблемы передачи детской речи в переводе на лексическом, грамматическом и фонетическом уровнях языковой системы. Установлено, что основными способами перевода детской речи являются нейтрализация дефразовых сокращений, транслитерация, упущение авторских неологизмов, использование украинских эквивалентов-фразеологизмов и т. д.

Ключевые слова: *детская речь, неологизм, перевод художественного дискурса, транслитерация, фразеологизм.*

Kotienova I., student
Taras Shevchenko National University of Kyiv

LEXICAL AND GRAMMATICAL ASPECTS IN TRANSLATING OF CHILDREN'S LANGUAGE (BASED ON THE NOVEL "TO KILL A MOCKINGBIRD" BY HARPER LEE)

The article presents an analysis of the ways of children's speech translation in literary discourse, based on the novel"To Kill a Mockingbird" by American writer Harper Lee and its two Ukrainian translations made by M. Harenko and T. Nekryiach. The author considers difficulties in the rendering of children's speech in the translation at lexical, grammatical and phonetic levels of the language system. It has been established that the main ways of children's language translation are neutralization of endings, transliteration, omission of author's neologisms,use of Ukrainian equivalents for English idioms etc.

Keywords :*children's speech, neologism, translation of literary discourse, transliteration, idiom.*

УДК 81'255.2=134.2=82-2

Кощій Ю. П., канд. філол. наук, асист.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ
Нічаєнко І. І., канд. філол. наук, асист.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ІСТОРІЯ ПЕРЕКЛАДУ ІСПАНСЬКИХ ДРАМАТИЧНИХ ТЕКСТІВ УКРАЇНСЬКОЮ (ВІД ЗОЛОТОГО ВІКУ ДО НАШИХ ДНІВ)

У хронологічному порядку розглядається ситуація у сфері перекладу іспанських драматичних текстів українською. Визначаються й аналізуються слабкі сторони, опрацювання яких сприятиме подальшому розвитку та популяризації іспаністики в Україні.

Ключові слова: *переклад, драматичний твір, драматург, адекватність, еквівалентність.*

Переклад драматичних текстів (надалі – ДТ) – є невід'ємним елементом художнього перекладу, який є знаряддям зміцнення і зростання інтернаціональної свідомості [6, с. 25]. Процес міжкультурної комунікації, потужний елемент симбіозу літератури й культури, який включає пізнання не тільки іноземної культури, а й нової проблематики творів, жанрів і стилів, призводить до збагачення мовного арсеналу та духовного досвіду читачів [3, с. 13].

У цій статті ми маємо на меті доповнити розвідку Г. Г. Верби про переклад іспанської літератури в Україні, у якій було лише коротко зазначено про стан перекладу драматичних тектстів [1, с. 72–86].

Діахронічно перші іспанські драматичні твори, які були перекладені українською, належать до періоду, що має промовисту назву "Золотий Вік". Говорячи про Золотий вік, не можна не зазначити перекладів віршованих ДТ Лопе де Веги, які були здійснені славнозвісним М. Лукашем у 1962 р., який переклав "Овечу Криницю" та "Собаку на сіні". Окрім того, до творів того періоду звертаються і сучасні перекладачі.Зокрема, ДТ "Собака на сіні" був перекладений також С. Ю. Борщевським, але і досі лежить невиданий.

Іншим послідовником школи Лопе де Веги можна вважати Кальдерона де ла Барку. Першим до перекладів Кальдерона звернувся І. Франко, але то був не переклад з іспанської (бо він не знав іспанської), а був переспів "Саламейського Алькальду", мотиви якого сильно відчуваються у драмі Франка "Війт Заламейський" [4]. Переклад же відомого ДТ "Життя – це сон" був зроблений Михайло Івановичем Литвинцем (2004). Усього в Україні перекладено 3 з 80 ДТ Кальдерона (інші ж два в перекладі С. Ю. Борщевського). Зокрема, ДТ "Дама – примара" й досі йде у Київському театрі "Колесо". Інша ж драма Кальдерона де ла Барки "Стійкий принц" (переклад С. Борщевського) була заборонена міськомом компартії, але потім ішла у Молодому Театрі [4].

Прикро, що такі представники школи Лопе де Веги, як Тірсо де Моліна (1571–1648), Хуан Руїс де Аларкон (1580–1639), Гільєн де Кастро (1569–1631), Августін Морето – і – Каван'я (1618–1669) і досі не перекладені українською. Переклади більшості вищезазначених драматургів можна знайти лише російською.

XVIII ст. в Іспанії вважається періодом занепаду, у той період не було драматургів, що залишили видатний спадок, і вже в наступному столітті можемо говорити про Хіль і Сарате (1793–1861), Гарсію Гутьеррес (1812–1884), Вентуру де ла Вега (1807–1865) і ще декількох інших, але й досі їхні твори потребують перекладу.

XX ст. вводить у широкий вжиток невіршовану драму з елементами розмовного мовлення.

Яскравим драматургом Покоління 98 можна вважати Р. М. дель Вальє – Інклана, роботи якого належать до неарістотелівської (відкритої) драми. Особливістю його творів є довгі ремарки, такі ремарки – це елемент епічності, а тому такі ДТ – приклад міжродової дифузії, тобто проникнення ознак жанрів одного роду літературних творів в інший рід. На жаль, переклади українською ще не здійснювалися.

Як перекладача ДТ відзначимо М алія (псевдонім – Микола Гурко) і його переклад збірника "Сім коротких п'єс" (1988), де він подає переклад коротких, як правило, одноактних п'єс драматургів кінця XIX ст. – початку XX ст (С. Кінтеро "Соняшного ранку", С. Водановіч "Білий фартух", В. Пін'єра "Картина на біло і чорно", О. Драгун "Історія нариву зуба", Е. Гарро "Сеньора на своєму балконі", В. Аса "Перепелиці", Х. Бенавенте "Маленькі причини"), переклад якого дуже схожий із перекладами В. Вовк, адже обидва послуговуються діалектизмами Івано-Франківської області. Так, цей перекладач народився у 1911 р. на теренах України, але вже через певний час виїхав до США, де і став професором іспанської мови та головою Східноєвропейського відділу Білойт коледжу (США).

Особливість іспанських драм XX–XXI ст. полягає в тому, що іспанські твори на початку XX ст. тяжіють до реалістичного напрямку з ліричними вкрапленнями, відображають гострі соціальні проблеми. У Поколінні 27 виділяють Ф. Г. Лорку й А. Касону. Не зрозуміло, чим спричинена така зацікавленість у перекладі творів тільки цих іспанських митців (окрім того, що вони були видатними, але так можна сказати, що кожне століття мало своїх геніїв пера), але першого драматурга перекладали і М. Н. Москаленко, В. Вовк і Д. Дроздовський, а другого – С. Ю. Борщевський і Л. Демидюк, І. Кочуровський, М. Палій, В. Стасенко. На жаль, віднайти переклад М. Палія в Україні – неможливо.

Вершиною драматичного мистецтва того періоду можна справедливо вважати драматичний доробок Ф. Г. Лорки. У своїх творах він відроджує античну традицію (тяжіє до арістотелівської драми), яка виявляється в чіткій структурованості та трагічній кінцівці, що веде до катарсису. Твори Лорки були перекладені М. Н. Москаленком ("Любов дона Перлімпліна та краси – Беліси", "Коли мине п'ять років", "Криваве весілля", "Безплідна", "Донья Росіта, незаміжня, або мова квітів", "Дім Бернарди Альби") (1989) і В. Вовк (1974) "Криваве весілля", "Пустошня", "Панна Розіта" та "Господа Бернарди Альби".

Цікавим є порівняння перекладів В. Вовк і М. Н. Москаленка, оскільки перший переклад – це приклад одомашненого перекладу, який сповнений львівських архаїзмів 50–60-х рр., який важко зрозуміти читачеві, а переклад М. Н. Москаленка – відфільтрований, чистий, написаний зрозумілою літературною мовою для сучасного читача, але такий переклад може призводити до втрати розмовності:

– ¡Vieja lagarta recocida! [3] – Стара жаба! [пер. М. Н. Москаленка] – Стара в окропі купала! [пер. В. Вовк].

У першому перекладі наявний семантичний зсув словосполучення *lagartarecocida (бувала ящірка)*, що вжито у переносному значенні М. Н. Москаленком (*стара жаба*), тобто змінено об'єкт метафори, оскільки в українській мові лексема *ящірка* не має такої конотації, як *lagarta*в іспанській. Водночас українська лексема *жаба* адекватно відтворює авторську оцінку та влучно передає негативну характеристику. Переклад В. Вовк вважаємо незрозумілим і таким, що повністю деформував зміст.

При відтворенні наступного фрамента з'являється додаткова коннотація: *La únicamujermalaquetenemosenelpueblo[3] – На все село одна така курва [пер. М. Н. Москаленка] / Це єдина непутяща жінка на селі [пер. В. Вовк]*. Лексема *mala* означає, що об'єкт має негативні якості; протирічить логічним або моральним цінностям [rae.es]. У першому варіанті лексема *курва* належить до пласту розмовної лексики і в тлумачному словнику має значення – гуляща жінка, повія. Перекладач вдається до використання вульгаризму, тим самим спотворюючи ідеостиль Ф. Г. Лорки. На нашу думку, така трансформація не є адекватною, хоча певною мірою зміст відтворено еквівалентно.

На відміну від лорківських трагедій, наближеністю до сучасного європейського театру вирізняється перекладена С. Ю. Борщевським драматична комедія А. Касони "Дерева помирають стоячи", де проводиться паралель між реальним та уявним, із глибоким філософ-

ським підтекстом. Драматичний текст цього ж автора "Заборонено вкорочувати собі віку навесні" був перекладений Л. Демидюк 2013–2014 рр. І. Качуровський переклав "Човен без рибалки". В. Стасенко переклав п'єсу "Третє слово", що є буквальним перекладом, за допомогою електронного перекладача, оскільки він сам – режисер Київського академічного обласного музично-драматичного театру імені П. К. Саксаганського в місті Біла Церква й не володіє іспанською. У цьому театрі п'єса "Третє слово" йде й зараз.

Твори А. Буеро Вальєхо – яскраві приклади соціального театру з екзистенційними настроями, де метафорично зображено період франкізму, проблеми тогочасної Іспанії. ДТ цього автора маємо в перекладах С. Борщевського.

Нині значно поглиблюються дослідження реаліста А. Буеро-Вальєхо, а Л. Ю. Корзова захистила кандидатську дисертацію, присвячену творчості цього видатного іспанського драматурга з Покоління 36–41. Основнимиперекладачамийого творів є С. Ю. Борщевський, М. Палій і в 1996 р. у журналі "Всесвіт" (№ 4) вийшов переклад А. Буеро-Вальєхо "Сон розуму", який здійснили Лев Олевський та О. Микитенко. За сприяння С. Ю. Борщевського вистава за ДТ "В палаючій пітьмі" йде у Молодому театрі.

Серед драматичних творів, перекладених у XXI ст., варто зазначити переклад сучасного молодого драматурга Х. Майорги та його п'єсу "Любовні листи Сталіну", яку переклав С. Ю. Борщевський спеціально для Молодого театру. Ця драма-фантазія з елементами епістолярного жанру й історичними ремінісценціями Х. Майорги належить до постмодерністського простору, зокрема з відродженням архаїчних форм театральності, які порушують такі філософські питання, як проблема спокуси та боротьби за свободу, відображає баталію інтелектуалів і влади. Характерною рисою цієї драми виступають незначні ремарки, що дають свободу уяві режисера й читача. Значна частина твору – це листи М. Булгакова до товариша Сталіна.

Деякі переклади ДТ, на жаль, відсутні в Україні, як наприклад Альфонсо Састре з Покоління 50 "Чета проти смерти" у перекладі М. Палія (1985).

Отже, із вищенаведеного видно, що перекладацький доробок іспанських ДТ доволі незначний і вартий того, щоб збільшуватися та сприяти збагаченню свєї власної культури за рахунок якісних перекладів ДТ для читаня й постановки театральних вистав. Доцільно до цього процесу долучати студентів, аби поповнювати наші ряди.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Верба Г.* З історії становлення іспаністики в Київському національному університеті імені Тараса Шевченка / Г. Верба, Н. Хижняк // Мовні і концептуальні картини світу / Зб. наук. праць. – К. : ВПЦ "Київський університет", 2013. – Вип. 44, Ч. 2. – С. 72–86.

2. *Гарсія Лорка Ф.* Криваве весілля : драмат. твори / упоряд. і пер. з ісп. М. Н. Москаленка. – К. : Мистецтво, 1989.

3. *Гачечиладзе Г.* Художественный перевод и литературные взаимосвязи / Г. Гачечиладзе. – 2-е изд. – М. : Сов. писатель, 1980.

4. *Інтерв'ю Борщевського С. Ю.* [електронний ресурс] режим доступу від 15.03.2016: https://anetta-publishers.com/presses/86.

5. DicconariodelaRealAcademiaEspañola[Електронний ресурс]: режим доступу від 15.03.2016: http://www.rae.es/

6. *Salmon L.* Teoria della traduzione: storia, scienza, professione / Laura Salmon. – Milano : Antonio Vallardi, 2003.

Надійшла до редколегії 20.04.2016 р.

Кощий Ю. П., канд. филол. наук, ассист.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев
Ничаенко И. И., канд. филол. наук, ассист.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

ИСТОРИЯ ПЕРЕВОДА ИСПАНСКИХ ДРАМАТИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ НА УКРАИНСКИЙ ЯЗЫК (ОТ ЗОЛОТОГО ВЕКА ДО НАСТОЯЩЕГО ВРЕМЕНИ)

В хронологическом порядке рассматривается ситуация в сфере перевода испанских драматических текстов на украинский язык. Обозначаются и поддаются анализу слабые стороны, работа над которыми будет способствовать дальнейшему развитию и популяризации испанистики в Украине.

Ключевые слова: *перевод, драматическое произведение, драматург, адекватность, эквивалентность.*

Koshchii I. P. PhD
Taras Shevchenko National University of Kyiv
Nichaienko I. I., PhD
Taras Shevchenko National University of Kyiv

HISTORY OF TRANSLATION OF SPANISH DRAMATIC TEXTS INTO UKRAINIAN (FROM THE GOLDEN AGE TO THE PRESENT)

The article examines the situation in the field of Spanish translation of dramatic texts intothe Ukrainian language, presentedin thechronological order. The authors indicate and analyze the weak points that need to be addressed to contribute to the further development and promotion of Spanish studies in Ukraine.

Keywords*: translation, dramatic work, the playwright, adequacy, equivalence.*

УДК 811.112.2:81'373:81'0

Н. Г. Кравченко, асист.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ ЕМОЦІЙНИХ СТАНІВ У ВНУТРІШНЬОМУ МОВЛЕННІ ДІДЕРІХА ГЕСЛІНГА В РОМАНІ ГЕНРІХА МАННА "ВІРНОПІДДАНИЙ"

Розглянуто емоційні явища, обумовлені внутрішньоособистісним конфліктом, що формується внаслідок зіткнення протилежних внутрішніх імпульсів у протагоніста. Цей процес відображається у його внутрішньому мовленні емотивними мовними засобами.

Ключові слова: *емоція, емотивність, внутрішньоособистісний конфлікт, внутрішнє мовлення, оцінка.*

Дослідження емоційних станів людини як прояву антропоцентричної парадигми набуває все більшого розповсюдження у сучасному мовознавстві. Ця тенденція зумовлена емоційно-психічними процесами, що мають свій відбиток безпосередньо на мовленні людини. У мовознавчих студіях емоційна мовленнєва діяльність трактується як "лінгвістика емоцій", "емотіологія", "емоціологія". Зокрема, О. Філімонова вводить у науковий обіг визначення "емоціологія" як галузі досліджень, презентуючи її як міждисциплінарну дисципліну, яка охоплює наукові дослідження про емоції в різних галузях знань: психології, філософії, етнології тощо [8, с. 7]. "Лінгвістиці емоцій" присвячено багато наукових розвідок дослідника В. Шаховського [12, с. 5–7]. Проте деякі вчені не вважають емоційність домінантною складовою антропоцентричної парадигми, тому її вивченню у своїх дослідженнях не приділяють належної уваги (К. Бюлер, Г. Гійом); інші – наполягають на виключному значенні емоційних явищ (Ш. Баллі, ван Гіннекен, М. Бреаль, С. Іваненко) [9, с. 3–4]. На думку цих учених, емоція – екстралінгвальна категорія, яка є невід'ємним компонентом при вибудовуванні мовлення та формуванні тональної парадигми тексту [3, с. 7–8]. Тональність відбиває ставлення мовця до об'єкта / предмета комунікації, розкриваючи емоційні прояви трьох вимірів як біопсихосоціальних одиниць: емоційних тонів, емоцій і почуттів [3, с. 4]. "Емоція" походить від лат. "*emovere*" (перекладається "збуджувати", "хвилювати"), виступаючи одним із основних регуляторів психічного стану людини, який формує креативне мислення, аксіологічну поведінку та вербальну рефлексію індивіда. Зокрема, Е. Сепір

висунув ідею про відображення емоцій у мовленні, а К. Кербрат-Орекіоні – про відбиття емоцій мімікою, жестами, що є органічним виявом внутрішнього світогляду людини [9, с. 4]. Справді емоціями насичено життя кожної особистості, оскільки вони є найважливішою передумовою для самовираження. [4, с. 409]. Існує позиція, прибічники якої стверджують, що емоції відтворюються процесом, де мозок оцінює інформацію про зовнішній і внутрішній світ. У зв'язку з цим, Н. Непийвода говорить про те, що недостатньо вивчено механізми мозку, завдяки яким відбуваються ментальні перетворення, а отже, і донині належним чином не досліджено закономірності емоційної діяльності людини [6, с. 136].

Згідно з поглядом І. Арнольд "емоція виникає внаслідок впливу певної послідовності подій, описуваних у категоріях сприйняття та оцінок" [13, с. 293]. Дослідник В. Шаховський наголошує на тому, що "емоція" належить до психологічних категорій, а в лінгвістиці вона ідентифікується як емотивність. На переконання В. Шаховського, емотивність – це "іманентна властивість мовних одиниць виражати емоційність як психічного факту. Цей процес відтворюється завдяки соціальним та індивідуальним емоційним проявам [11, с. 24]. Індивідуальні емоційні прояви характеризуються такими ознаками, як емоційна збудливість, емоційна імпульсивність і ефективність, емоційна стійкість, сила, темп і ритм емоційних реакцій, емоційний тонус. Існують типи сполучення зазначених характеристик:

– велика емоційна збудливість поєднується з великою емоційною стійкістю;

– велика емоційна збудливість поєднується зі слабкою емоційною стійкістю;

– слабка емоційна збудливість поєднується з великою емоційною стійкістю;

– слабка емоційна збудливість поєднується зі слабкою емоційною стійкістю.

За індивідуальними емоційними проявами розрізняють емоційні типи людей:

а) з**будливі емоційні натури**, які дуже легко "запалюються" під впливом подразників. Для таких натур характерна поривчастість, імпульсивність, яка часто переходить у афект;

б) сентиментальні натури, що характеризуються схильністю до споглядання. Світ для них відображається наче через призму переживань і емоційних станів. Ці натури чутливі й пасивні: їх почуття не викликають активної діяльності, світ їх переживань замкнений в самому собі;

в) пристрасні натури – виключно дійові, проявляють прагнення і відданість улюбленій справі, вони живуть багатим і напруженим, емоційно насиченим життям. У них завжди є предмет пристрасті. Це люди глибоких, великих почуттів;

г) холодні натури, яких інколи називають "людьми холодного розрахунку". Це люди, у яких почуття, емоції проявляються в такій мінімальній мірі, що практично майже не мають впливу на їхню поведінку, вчинки і дії [18].

Отже, багатоаспектна природа емоцій демонструє різні підходи до вивчення цього явища: лінгвістичного, психолінгвістичного, психологічного, лінгвокульторологічного, тощо. У межах цих підходів превалюють свої методи дослідження й концепції емоцій. Як уже було зазначено, у мовознавчому обігу емоційність доречно трактувати емотивністю. На думку В. Шаховського, емотивність співвідноситься з конотацією лексичної одиниці: якщо лексема виражає або може виражати емоції, то вона характеризується емотивністю. Первинною функцією емотивів виступає емоційне самовираження: мовець не намагається викликати в адресата відповідну реакцію, він передусім презентує особистісну реакцію, що виникає як відповідь на екзогенні (породжені навколишнім світом) та ендогенні (зароджені на психічному рівні) сигнали, відбиваючись позитивом або негативом. Таким чином, емоційні явища характеризуються оцінкою [10, с. 15]. Вираження зневаги, презирства, радості, задоволення обов'язково передбачає й одночасне вираження оцінки. На взаємопов'язаності емоції й оцінки наголошували О. Вольф, С. Іваненко, Е. Мягкова, чиї експериментальні дослідження довели, що емоція супроводжується "емоційною оцінкою" [3, с. 8; 5, с. 48]. Дискусійним є питання взаємозв'язку суб'єктивного і об'єктивного в оцінці. На взаємозалежності об'єктивного і суб'єктивного в категорії оцінки наполягають більшість науковців. Такої позиції дотримується й О. Вольф, яка зазначає, що в оцінці постійно взаємодіють суб'єктивне й об'єктивне, при цьому кожне з них має вплив на об'єкт і суб'єкт оцінки. Так, суб'єкт здійснює оцінку на основі власних емоцій, керуючись соціальними стереотипами. Об'єктом оцінки враховуються об'єктивні властивості та властивості, які можуть зазнавати оцінки залежно від уподобань окре-

мого суб'єкта. При цьому чим афективніше оцінка, тим тісніше вона пов'язана з індивідуальною позицією суб'єкта і тим менше пов'язана із соціальними стереотипами. [2, с. 204].

Відомо чимало класифікацій оцінки, що ґрунтуються на різних критеріях оцінної кваліфікації. Найпоширенішою в наукових розвідках є класифікація, запропонована С. Хидикель і Г. Кошель у якій виокремлено:

а) раціональну оцінку, що спирається на узагальнений суспільний досвід носіїв мови;

б) *емоційну*, що ґрунтується на оцінних переживаннях, почуттях, емоціях, тобто на емоційному ставленні мовця до предмета висловлювання;

в) *раціонально-емоційну*, яка поєднує ознаки першого та другого типів [7, с. 244].

Отже, емоційні явища потребують комплексного вивчення, яке сприяє розумінню сутності емоціогенних факторів, що обумовлюють виникнення емоційного сплеску в особи. Так, одним із чинників зародження емоції є конфлікт, який формує емоційну напругу, що виникає внаслідок зіткнення внутрішніх протилежних імпульсів, які індивід неспроможний примирити з навколишньою реальністю [14]. Такий конфлікт ідентифікується як внутрішньоособистісний (інтраперсональний), оскільки виникає в однієї особистості. У концепції внутрішньоособистісного конфлікту в межах психоаналітичного напрямку акцент робиться на його біопсихологічному трактуванні. У людини в стані внутрішньоособистісного конфлікту відбувається зіткнення бажань, частина особистості відстоює певні бажання, інша відхиляє їх (З. Фрейд). У теорії К. Юнга внутрішньоособистісний конфлікт – це регрес на нижчий рівень психіки, тобто він відбувається у сфері несвідомого. У К. Хорні внутрішньоособистісний конфлікт аналізується з двох позицій: як зіткнення прагнень до задоволення бажань і до безпеки та як протиріччя "невротичних потреб", задоволення яких спричиняє фрустрацію щодо інших. За К. Левіним внутрішньоособистісний конфлікт – це ситуація, у якій на суб'єкта одночасно діють протилежно спрямовані сили приблизно однакової величини, і суб'єкт змушений робити вибір: між позитивною й негативною тенденціями; між позитивною й позитивною тенденціями; між негативною і негативною тенденціями [1, с. 48]. Таким чином, внутрішньоособистісні конфлікти можуть мати вигляд міжрольового конфлікту. Він виникає у випад-

ку створення ситуації протиріччя між вимогами різних соціальних ролей, що виконуються особистістю. Так, літературний доробок Генріха Манна яскраво демонструє внутрішньоособистісний конфлікт, котрий майстерно відображено письменником у внутрішньому мовленні головного персонажа в романі "Вірнопідданий" – Діделіха Геслінга, представника буржуазного класу. У цьому образі втілено пруського буржуа, який виявляє рабську відданість кайзеру Вільгельму II [15, с. 215]. Особисте плазування Геслінга перед владою настільки неосяжне, що його внутрішнє мовлення характеризується зіткненням протилежних імпульсів: піднесеність із позитивною оцінкою (задоволення) протиставляється трагічності з негативною оцінкою (невдоволення). Спочатку внутрішнє мовлення героя звучить патетично: *Auf dem Pferd dort, unter dem Tor der siegreichen Einmärsche und mit Zügen* ***steinern und blitzend*** *ritt* ***die Macht****!* ***Die Macht,*** *die über uns hingeht und* ***deren Hufe wir küssen****!* [16, с. 32]. У цих двох окличних реченнях метонімія ***die Macht*** виступає анадиплозисом; парна сполука ***steinern und blitzend*** і метафора ***deren Hufe wir küssen*** увиразнюють культове значення влади для вірнопідданих. Переліком протагоніст у окличному реченні з метафорою підкреслює могутність влади, наголошуючи на її всесильності, наділяючи своє висловлення емоційним проявом захоплення: *Die über* ***Hunger****,* ***Trotz*** *und* ***Hohn hingeht****!* [16, с. 32]. У внутрішньому міркуванні головного героя виокремлюється ідея про рабське плазування вірнопідданих громадян перед владою, що виголошено ним у формі окличного речення, де протиставленням репрезентується сліпа любов до влади попри свою нікчемність: *Gegen die wir nichts können, weil wir alle sie lieben!* [16, с. 32].

Покору до влади громадяни мають у крові, і цю думку в Діделіха Геслінга відтворено з пафосом за допомогою метафоричного вислову, оформленого у окличну структуру: ***Die wir im Blut haben****, weil wir die Unterwerfung darin haben!* [16, с. 32]. Однак, у окличному реченні з синонімічним повтором: ***Ein Atom*** *sind wir von ihr,* ***ein verschwindendes Molekül*** *von etwas, das sie* ***ausgespuckt*** *hat!* [16, с. 32] автором позначено тривіальну дію завдяки нейтральному маркуванню дієслова *ausspucken* [17, с. 141]. Цей прийом на контрасті стилів репрезентує мізерну роль вірнопідданих громадян перед владою, на чому розчаровано акцентує головний герой у окличному реченні з негативною оцінкою. Кожна окрема особистість ніщо перед владою. Покірність це те, що повинно характеризувати людей, визначаючи головну сутність відносин

між представниками вірнопідданих бюргерів і верхівкою кайзерської монархії, що яскраво відбито в мовленні Дідеріха Геслінга експресивними мовними засобами, які відбивають внутрішньоособистісний конфлікт у зіткненні його соціальних ролей унаслідок протиборства внутрішніх протилежних імпульсів: бути шанувальником влади й одночасно розуміти свою нікчемність перед нею.

Підсумовуючи, необхідно зазначити, що емоційні явища характеризуються складною й багатоаспектною природою, оскільки мають інтердисциплінарний статус. Часто емоції виникають як реакція на внутрішньоособистісний конфлікт і відбивають ставлення суб'єкта до складових конфлікту. Емоційна оцінка як оцінка, що виникає під впливом емоцій, пов'язана з емоціогенним сплеском, який відображається у внутрішньомовленнєвій діяльності протагоніста емотивними мовними засобами на рівні системи мови й експресивними мовними засобами на рівні тексту.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Власенко І. А.* Проблема внутрішньоособистісного конфлікту в контексті психологічних досліджень особистості/ І. А. Власенко // Проблеми сучасної психології. – К., 2013. – Вип. 21. – С. 46–56.

2. *Вольф Е. М.* Функциональная семантика оценки / Е. М. Вольф. – М. : Наука, 2002.

3. *Іваненко С. М.* Поліфонія ритмотональної будови тексту в стилістичному аспекті (на матеріалі німецької мови) : автореф. дис. ... д-ра філол. наук : спец. 10.02.04 "германські мови" / С. М. Іваненко. – К., 2010.

4. *Карпенко Л. А.* Краткий психологический словарь / Л. А. Карпенко. – М. : Политиздат, 1985.

5. *Мудрик Л. В.* Прагматична спрямованість англійських емотивних висловлень позитивної оцінки в комунікативній ситуації поздоровлення / Л. В. Мудрик // Наук. вісн. Волин. нац. ун-ту ім. Лесі Українки. – Луцьк, 2010. – № 9. – С. 47–50.

6. *Непийвода Н. Ф.* Стилістичний аспект масової комунікації / Н. Ф. Непийвода // Наук. зап. Ін-ту журналістики. Факультет соціології та психології. – К. : Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, 2004. – Т. V. – С. 133–140.

7. *Федоренко О. В.* Категорія емоційної оцінки в реалізації комунікативних завдань журналіста / О. В. Федоренко // Вісн. Львів. ун-ту. Серія журналістика. – Л. : ЛНУ ім. Івана Франка, 2011. – Вип. 34, ч. 1. – С. 242–248.

8. *Филимонова О. Е.* Эмоциология текста. Анализ репрезентации эмоций в английском тексте : учеб. пособие. / О. Е. Филимонова. – СПб. : ООО "Книжный Дом", 2007.

9. *Шаховский В. И.* О лингвистике эмоций / В. И. Шаховский // Язык и эмоции: сб. научн. тр. ; под ред. В. И. Шаховского и др. – Волгоград : Перемена, 1995. – С. 3–15.

10. *Шаховский В. И.* Проблема разграничения экспрессивности и эмотивности как семантических категорий лингвостилистики / В. И. Шаховский // Проблемы семасиологии и лингвостилистики. – Рязань, 1975. – Вып. 2. – С. 3–25.

11. *Шаховский В. И.* Категоризация эмоций в лексико-семантической системе языка : дис. … д-ра филол. наук. спец. 10.02.04 "Германські мови" / В. И. Шаховский. – М., 1988.

12. *Шаховский В. И.* Лингвистическая теория эмоций : монография / В. И. Шаховский. – М. : Гнозис, 2008.

13. *Шидловська В. О.* Поняття емоції, емоційності та емотивності у сучасній лінгвістиці / В. О. Шидловська // Сучасні філологічні дослідження та навчання іноземної мови в контексті міжкультурної комунікації: VI Всеукр. наук.-практ. конф. – Житомир, 2014. – С. 292–295.

14. *Compton's* Interactive Encyclopaedia [Electronic source]. – Deluxe edition [Online] 1998. – Eldorado, CA : The Learning Co. (P. O. Box 629000, Eldorado Hills, CA 95762); 1–800–227–5609. – Access mode : http://www.learningco.com.

15. Jeßing Benedikt. Neuere Deutsche Literaturgeschichte / Benedikt Jeßing. – Tübingen: Gunter Narr, 2008.

16. Mann Heinrich. Der Untertan/ Heinrich Mann. – M: Verlag für Fremdsprachige Literatur, 1950.

17. Wahrig-Burfeind Renate. Deutsches Wörterbuch / Renate Wahrig-Burfeind. – [8. Auflage]. – Güterslo, München : Bertelsmann Lexikon, 2006.

18. http://netship.narod.ru/Psycho/Pm4.htm

Kravchenko N. H., postgraduate student
Taras Shevchenko National University of Kyiv

REPRESENTATION OF EMOTIONAL STATES IN DIEDERICH HESSLING'S INNER SPEECH IN HEINRICH MANN'S NOVEL "LOYALIST"

The article deals with the emotional effects caused by intrapersonal conflict that is formed by the collision of protagonist's opposing internal impulses. This process is displayed by expressive language means in the protagonist's inner emotional speech language.

Key words: *emotion, emotivity, intrapersonal conflict, internal speech, evaluation.*

Кравченко Н. Г., ассист.
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ЭМОЦИОНАЛЬНЫХ СОСТОЯНИЙ ВО ВНУТРЕННЕЙ РЕЧИ ДИДЕРИХА ГЕСЛИНГА В РОМАНЕ ГЕНРИХА МАННА "ВЕРНОПОДДАННЫЙ"

Рассматриваются эмоциональные явления, обусловленные внутриличностным конфликтом, который формируется в результате столкновения противоположных внутренних импульсов протагониста. Этот процесс отражается в его внутренней речи эмотивными языковыми средствами.

Ключевые слова: *эмоция, эмотивность, внутриличностный конфликт, внутренняя речь, оценка.*

УДК 811.161.2'42

О. Крупко, методист
Інститут філології КНУ ім. Тараса Шевченка, м. Київ

ХУДОЖНІЙ КОНЦЕПТ *ДУША* В ПОЕТИЧНОМУ ДИСКУРСІ ЛІНИ КОСТЕНКО

Досліджено художній концепт душа в мовотворчості Ліни Костенко. Як базовий компонент концепту людина, як складне багаторівневе утворення, він має важливе значення в українській культурі, маніфестуючи універсальні й національно-специфічні аспекти, репрезентує мовну картину світу українського народу, є етнокультурним ціннісним еталоном. Мовне втілення концепту душа в індивідуальному стилі авторки відображає складну систему її внутрішнього духовного життя, морально-етичних вимірів, відчуттів, системи цінностей.

Ключові слова: *художній концепт душа, концептуальний аналіз, метафора, мінітекст.*

Об'єктом дослідження є мовна репрезентація концепту *душа* в мовотворчості Л. Костенко.

Мета роботи – дослідити й описати лексичні одиниці поетичних текстів, вербальні репрезентації вказаного концепту в ідіостилі Ліни Костенко.

Теоретична цінність роботи полягає в можливості поодальшої розробки лінгвістичних стратегій дослідження лінгвопоетики й ідіостилістики на засадах лінгвоконцептології.

Предметом вивчення є функціонально-семантичні особливості концепту ДУША в поетичній творчості Ліни Костенко.

Відповідно до мети дослідження застосовувались методи концептуального й контекстуального аналізу, які, в межах когнітивної лінгвістики, дозволять застосувати комплексний підхід до дослідження художнього тексту та допомагають сформулювати уявлення про митця слова – її ментальний та емоційний стани.

Матеріалом дослідження стали поетичні збірки "Мандрівки серця", "Вибране", "Неповторність", "Річка Геракліта", "Триста поезій", романи у віршах "Маруся Чурай" і "Берестечко".

Наукова новизна обумовлена тим, що вперше було виділено й описано мовні репрезентації художнього концепту *душа* в поетичних творах Ліни Костенко, побудовано його функціонально-семантичну модель.

Методологічною основою є теоретичні принципи, обґрунтовані у працях Ю. Д. Апресяна, Н. Д. Арутюнової, А. Вежбицької, В. А. Маслової, Н. В. Слухай, І. О. Голубовської й ін.

Мовний концепт є сукупністю вербалізованої інформації про той чи інший об'єкт дійсності, він формується у свідомості письменника, у колективній свідомості нації та вербалізується в мові. Особливістю його є те, що він містить у собі універсальний досвід автора, його світовідчуття, систему цінностей і сприяє формуванню нових смислів. А отже, вивчення мовної репрезентації художнього концепту є необхідним для розуміння менталітету цієї літературної особистості, її письменницької манери, а також менталітету української нації загалом. Як одиниця індивідуально-авторської картини світу, відображеної в текстах, він є естетичною сутністю й має образні засоби вираження, зумовлені творчим задумом творця. Цим значною мірою пояснюється вибір та **актуальність** нашого дослідження.

Як відомо, А. Вежбицька, аналізуючи семантичні ознаки концепту *душа*, відзначає його унікальний характер і називає його одним з ключових концептів слов'янських мов і культур [1, 3]. Концепт *душа* у вербалізованому вигляді, як підкреслює М. В. Скаб [11, 25], – це складне багаторівневе утворення. Як базовий компонент концепту *людина* він має високу значущість, маніфестуючи як універсальні, так і національно-специфічні аспекти, які відображають мовну картину світу українського народу, є етнокультурними ціннісними еталонами.

Мовне втілення концепту *душа* в індивідуальному стилі авторки відображає складну систему її внутрішнього духовного життя, морально-етичних вимірів, відчуттів, системи цінностей. Концепт *душа* – є одним із найскладніших і багатозначних елементів концептосфери української мовної культури, її ціннісною домінантою. Основою його є поняття про речі зі світу піднесеного – ідеального, а не приземленого – матеріального.

При дослідженні концепту ДУША було виділено й описано понятійний, образний і ціннісний шари, які структурують цей концепт. Понятійний шар є ядром концепту та встановлюється за лексикографічними джерелами, зокрема словниками. Образний і ціннісний шари виформовують периферію структури концепту.

Лексема *душа*, за визначенням словника [СУМ, т. 2] може вживатися у таких значеннях: 1. Внутрішній психічний світ людини, з її настроями, переживаннями та почуттями. // За релігійними уявленнями – безсмертна нематеріальна основа в людини, що становить суть її життя, є джерелом психічних явищ і відрізняє її від тварини; 2. Сукупність рис, якостей, властивих певній особі. // Людина, як носій тих чи інших рис, якостей; // По-

чуття, натхнення, енергія; // Про людину з прекрасними рисами характеру; 3. Розм. Про людину (найчастіше при визначенні кількості). 4. Перен. чогось. Саме основне в чому-небуть, суть чогось; 5. Розм. Заглибина в нижній передній частині шиї [8, 444].

За спостереженнями Л. Кравець, "когнітивна структура *душа* – є однією а з найбільш експлікованих в українській поезії" [6, 177]. Зокрема, ця лексема, функціонуючи у величезній кількості контекстів, є найчастіше вживаною також у Ліни Костенко та зазнає різнопланового осмислення, нерідко забезпечуючи роль стрижневого компонента її авторських афористичних висловів: *Віддай людині крихітку себе. За це душа поповнюється світлом* [В, 549]; *Людині бійся душу ошукать. Бо в цьому схибиш – то уже навіки* (ТП, 240); *Здушили сльози – не виходь на люди. Болить душа – не виявляй на вид* [МЧ, 36].

Відомо, що душа як душевне й тілесне в наївно-анатомічній картині світу українського етносу має особливе значення. Тіло людини розглядається ним як форма існування індивідуальності, як умістилище душі [7, 276], що за християнськими віруваннями зберігає свої особливості навіть у потойбічному житті. Саме тому лексема *душа* є складником багатьох семантичних конструкцій, у яких набуває нових відтінків: наприклад, душа як вираження сутності та безсмертя людини, її духовних витоків [5, 278]: *Душа належить людству і епохам* [РГ, 42]; *Цінує розум вигуки прогресу, душа скарби прадавні стереже* [РГ, 104]. Досить часто семантика стрижневого слова мікрообразу уміщує конотацію цілісності, гармонійності душі: *Звела їх доля наче в нагороду за те, що мали незглибимі душі* [МЧ, 36].

Душа – як цінність, як епіцентр позитивних духовних характеристик, насамперед щира, добра: *Їй сняться хмари, і липневі грози, й чиясь душа, прозора при свічі* [В, 4]. Тут оцінного забарвлення набуває прикметник прозора, тобто відкрита, чиста, незаймана, праведна. *Цей білий сніп душі, який горить в людині, його ж ніякий вітер не задме!* [Б, 108]. Через білий колір як носія позитивної експресії авторка реалізує чіткі й насичені візуальні образи. При цьому активізується не лише основне семантичне навантаження кольороназви *біла,* а й з'являються потенційні семи *радісний, святковий.* Адже у слов'янській православній культурі білий колір асоціюється з такими чеснотами, як порядність, доброчесність, цнотливість, виступає символом спокою, радості, душевної рівноваги [3, 620].

У поетичному світосприйнятті Л. Костенко лексична підсистема колірних слів органічно пов'язана з концептуально-світоглядними засадами манери образного письма і своєрідно доповнює й модифікує семантичний спектр ключових образів: *Відбілює душа свою велику правду у лузі споминів, над річкою Буття* [Б, 71]. Колористична гама творів стає одним з вагомих образних аспектів мовної картини світу митця. Порівняно із загальновживаними лексемами на позначення кольору авторські інновації відзначаються складнішою семантичною структурою, що зумовлюється контекстуальним оточенням, під впливом якого в лексичних одиницях з'являються додаткові образні смисли. Тут білий сніп душі набуває сакралізованого звучання у значенні *непорочна.*

Оскільки ця лексема є багатозначною, із розгалуженою семантичною структурою, вона найчастіше використовується у значеннях "людина" та "безсмертна нематеріальна основа в людині": *З такого болю і з такої муки душа не створить бутафорський плід* [РГ, 155]; *Душа летить в дитинство, як у вирій, бо їй на світі тепло тільки там* [МЧ, 32]. Значення більшості фразем мотивується прямим значенням слова душа: "*внутрішній психологічний світ людини, з її настроями, переживаннями та почуттями*" [8, 445]. Мікроконтексти зі словом *душа* в такому значенні знаходимо у письменниці у структурі афоризмів понад 150 разів: *Я думаю про Вас. Я знаю, що Ви є. Моя душа й від цього вже світає* [В, 281]; *Душа задивиться в туман і марить обрисами літа* [СНС, 19].

Наведені приклади афоризмів свідчать про часте використання письменницею антропоморфізованого образу, тобто персоніфікованого, олюдненого, зокрема назв частин та органів тіла [6, 180], наприклад очі: *Душа з очима снайпера в трагічній німоті* [В, 34]; *Тривожними уважними очима моя душа подивиться на все* [В, 262]; *душа прозріє всесвітом очей* [В, 90], плечі: *Мені хтось тихо душу взяв за плечі. Заговорив шопенівський ноктюрн* [В, 58]; м'язи: *Якщо я маю біцепси душі – то в результаті сутичок із вами* [В, 150]; ноги: *Душа ж і так стоїть на перехресті усіх обманів, підступів і зрад* [Б, с. 54]; *І як тепер тебе забути? Душа до краю добрела* [В, 283]; *Душа пройшла над прірвою зневір* [Б, 155].

Погляд авторки на душу як на живу істоту, яка може боліти, видужувати, помирати, відповідає традиційним уявленням українців. Так, із душею порівнює авторка дівчину: *Ця дівчина не просто так, Маруся. Це – голос наш. Це – пісня. Це – душа* [МЧ, 23]. Це ознака душі як найважливішої частини людського існування, без якої не буває життя, а тому вона дуже значима в Ліни Костенко.

У досліджуваних текстах знаходимо також порівняння душі з предметами зовнішнього світу. Зокрема, основними донорськими зонами метафоризації душі в Ліни Костенко є когнітивні структури концептосфери природа: наприклад *душа як простір***,** засаджених дерев, тобто *саду: У закутку душі хай буде трохи сад* [РГ, 252]; як простір полів, які, виявляється, теж мають душу: *Душа полів, ти пам'ятаєш стерні* [В, 339]. Аналогізує Ліна Костенко душу з державою: *Душа – єдина на землі держава, де є свобода чиста як озон* [В, 261]. Може уподібнюватись якимось літаючим об'єктам, птахам: *Душа летить у посвіті епох* [ТП, 395]; *Летить душа над прірвою навскіс.*

Кожне явище навколишнього світу для поетеси сягає резонансу з глибинами її душі: душа – радість, душа-піднесення. Наприклад, стан "душа радіє, співає" вербалізується предикативними одиницями: *Моя душа у цьому літі – як скалка сонця в хризоліті* [В, 539]; *Буває тяжко впорожні, буває легко з тягарами, Тягар душі – мої пісні – мені буває легко з вами* [ПЗ,27]; *Ім'я твоє наповнить душу сонцем і печаллю* [Н, 114]. Душа-храм: *Душа – як храм з очима давніх фресок все бачить. Все мовчить. Все далі понесе* [ТП, 380] душа – святість: *Коліна преклонивши, як Почаїв, стоїть душа перед усім святим* [Н, с. 71]. Тобто нерідко "світоглядна система поетеси тяжіє до сприйняття душі як позитиву, святості"[2, 142]. *Поки віриш, поти й душа не піде в жебри до тривог* [Б, 59]; *Зігрілася душа, розмерзлась, ожила.* [В, 407]; *Краса – і тільки, трішечки краси, душі нічого більше не потрібно…*

Авторка втілила в рядках своїх поезій велику кількість значень і відтінків слова *душа*, зокрема активно використовуючи метафору, за якою стоїть своєрідна філософія найменування прихованої сутності. "Показово, що для багатьох понять філософського змісту поетеса має афористичні народнорозмовні або поетичні відповідники:" [4, 13] *Нехай душа не тьмариться гіркотою* [В,464]; *А як подумать, – що таке душа? Як той казав – це горизонт до Вічності* [МЧ, 98]. Метафоризація душі за антропоморфною моделлю ґрунтується на давніх асоціативно-змістових зв'язках слів і є традиційним явищем для української культури: *Я натомився жити без душі* [В, 236]; *Душа посварилася з Богом* [В, 237]; *Я глянула їй в обличчя смутне, душею покликала очі* [В, 34]. У її розгорнутих метафорах спостерігаємо

естетизацію образу душі: *Душа пройшла всі стадії печалі. Тепер уже сміятися пора* [ТП, 22]; *Душа гортає тисячі причин* [Б, 102]; *Душа, зруйнована як Троя, своїх убивць переживе* [В, 542].

Хоча треба зауважити, нечасті фрагменти поезії містять випадки підкреслено позитивного означування душі. За нашими спостереженнями, найчастіше актуалізується уявлення *душа – людина*, яка перебуває на межі витривалості, передовсім відчуває біль, її душа може боліти, страждати, умирати: тобто є душею-стражданням: *А прийде ніч – болить душа словами* [В, 380]; *Душа до ранку смутком осипалась* [МЧ, 49]; *Скільки душа прориває тенет* [В, с. 64]; *Душа понад межею витривалості* [В, 226]; *Душа складала свій тяжкий екзамен* [В, с. 14]. Ці дієслівні компоненти позначають негативні стани як наслідок дії матеріальних чинників на "субстанцію" душі: *Обридли відьомські шабаші фікцій і ця конфіскація душ під гармонь* [В, 62]; *Січкарня душ, омріяна епохо* [В, 167]. Фраземи, пов'язані зі значенням змінності локалізації душі в тілі людини, можуть характеризувати емоції: *душі не стало, душа не на місці* [10, 629]; тривоги, занепокоєння: *Тривога душу розпинає: а що як любиш не мене?* (В, 317); *Думками за ніч душу натомив* [Б, 103]; *Дотліває душа до решти. А куди ж від себе податися*? [Б, 57]. Ці рядки відтворюють найвищу напругу, у якій перебуває лірична героїня [5, 278].

Характер емотивної сфери може позначатися метафорично: тяжко на душі, – *хто-небудь дуже сумний, з гнітючим настроєм, у важкому психологічному стані* [10, 545], порожньо (на душі, в душі*)* – [там само, 545], *кого-небудь охоплює почуття суму, гіркоти, неспокою; переживає, страждає хтось з якогось приводу; кому-небудь гірко, неспокійно, тривожно.* (там само, 782).

Нерідко *душа* з абстрактного позначення почуттєвої сфери людини, її внутрішнього світу багатющою уявою Ліни Костенко трансформується в істоту, якій притаманні всі земні радощі й печалі: *Чи він мені, чи я йому – нерівня. Нерівня душ – це гірше, ніж майна!* [МЧ, 47], яка може призвичаюватись, продаватись, двоїтися. *Дев'ять день душа не пручається, а тепер вже десь призвичаїться.* [В, 56]. За давніми вірування наших предків душа є своєрідним двійником людини, оскільки відокремлюючись від тіла, здійснює свій шлях самостійно, може мандрувати як у просторі, так і в часі. *Від того кидавсь берега й до того. Любив достаток і лю-*

бив пісні, Це, як скажімо, вірувати в бога і продавати душу сатані [МЧ, 15] *тобто зраджувати, грішити,* з дволиким єством. *Нелегко, кажуть, жити на дві хати. А ще нелегше – жить на дві душі!* [МЧ, 66], тобто бути нещирим, лукавити, жити нечесно. *Не служать очі на таке дивиться, щоб так двоїлась хлопцеві душа!* [МЧ, 39], тобто наповнювалась сумнівами, роздвоювалась.

Водночас образ душі набуває нових семантичних рис, асоціюючись, наприклад, із пташиночкою на дроті, шкатулкою, темним лісом тощо*: І в цьому днів круговороті, де все минати поспіша, як та пташиночка на дроті, спочине стомлена душа* [РГ, 266]; *Усе складаю в душу як в шкатулку. Уже душа гіркіша полину* [МЧ, 99*]; Чужа душа – то, кажуть, темний ліс* [МЧ, 13]. Зустрічаємо й авторські лексичні новотвори: Серед них особливою експресією вирізняються прислівники *у дві душі; на дві душі, та щодуші* : *Але й жили! Душили копійчину. У дві душі робили без спочину* [МЧ, с. 52], тобто настійливо, наполегливо): *І так щодня, щовечора, щоранку, так щодуші* [В, 115].

Значним розмаїттям у Ліни Костенко вирізняються атрибутивні одиниці, які характеризують душу ліричного героя: *відкрита душа* [В, 185]; *непродана душа* [В, 376]; *жадана душа* [В, 403]*, розгублена душа* [В, 273]; *душа моя обпалена* [В, 194]; *прийми мою понівечену душу* [В, 300]; *Вокзали, темпи, термінали, в прогрес запряжена душа* [РГ, 81]; *Хто свічку тепер поставить за душу мою хмільну?* [Б,27]. Засвідчуємо й такі образи: *душа між люди виходила забинтована білим сміхом* [В, 193]; душею стерп [В, 380]. Серед порівнянь, на зразок *Душа холоне, як старий лежак* [Б, 11], *Моя душа як випита карафа* [Б, 96], спостерігаємо потужні метафори.

Як зазначає Галів [2], "чутливий досвід митця, пропущений крізь аналітичну думку, вербалізується в авторській інтерпретації: *Муза історії Кліо, мабуть, одморозила душу* [В,30]. Образи душі, вмонтовані [4, с. 15) в афоризми, вирізняються особливою переконливістю та емоційністю: *Душа, як на дотації* [В, 234]; *мігрень душі* [В, 234]; *Душа моя, знайдибіда* [В,194]; *душа моя, одиначка* [В, 218].

Численні поєднання лексеми *душа* з іменниками, прикметниками, числівниками, займенниками теж свідчать про значну кількість синтагматичних зв'язків цієї лексеми, "репрезентують сильний узагальнюючий потенціал її в творчості Ліни Костенко" [5, 277]. У художніх творах буквальне значення цього слова "обростає" новими, абсолютно іншими смислами. Це і зумовлює з'яву художнього концепту. Лексема в художньому тексті може

концептуалізуватися в тому випадку, якщо особливий смисл, який вкладає автор в це слово, виходить за межі його загальноприйнятого розуміння, розкриває неординарність емоційно-психічного стану людини, наприклад: душа-пустка: *Душа руїн відкрита небесам* [Б, 36]; душа-порожнеча: *Дозиметром не виміряти дози тотального спустошення душі. Історія лягає під бульдозери. Сучасний світ штампує фетиші* [В, 263]*; А що скажу?! Свою пригаслу душу чи донесу, як свічечку на Страсть?* Категоричні твердження авторки буває звучать навіть парадоксально, неймовірно, проте й вони підпорядковуються логіці загальної думки, увиразнюють концепт: *той хоч умре з набитим гаманцем, – душа у нього буде горобцем, куди б не йшов він, на землі і далі, дощі розмиють слід його сандалій* [В, 217]. *А хто від правди ступить на півметра, – душа у нього сіра й напівмертва* [В, 216].

Поетеса завдяки точному вибору слова, абсолютному смаку й слуху висвітлює багатовимірність людської душі. Звідси і афористичність письма, природність і водночас витонченість образних висловів. Нерідко натрапляємо на оригінальне осмислення образу душі: *Мучено. Мічено. В душу насмічено* [В, 547]; *Душі людської туго і тайго* [В, 381]; *Це мій кінець. Душа у потолоччі* [Б, 47]. За допомогою мовних засобів авторка вербалізує життя душі з її непередбачуваністю, суперечностями, хаосом: *Таким зробився, не прозирнеш у душу* [МЧ, 38]; *А не дай боже так танцювать навиворіт душі!* [МЧ, 65].

Категорія душі тісно пов'язана в поезії Л. Костенко з категорією "української душі". Нерідко авторка вказує на надмірну терплячість і м'якість характеру українців. У цьому сенсі натрапляємо на унікальні уявлення образу: *Тупої ремигайлівки воли! Вам залигали душу недоріку* [В, 16]; *Посунулим душам велено хропти* [В, 207]; *Чиясь душа, рожева як пелюстка, влітає в дім скорботи і ганьби* [Б, с. 88]. Трапляється, що поетеса осмислює випадки її розгубленості, роздвоєності на певних етапах історії українського соціуму: *Сахається розгублена душа, почувши раптом тихі кроки щастя* [В, 273]; *Зчерствіли люди од всіляких лих. Неволя давня душі роздвоїла* [МЧ, 96]*; Душа розм'якла якось, заморилась, хоч коники ліпи, як з м'якуша. До всього звикла, із усім змирилась і від життя схотіла бариша* [МЧ, 57]. Досліджуючи такі національні стереотипи, маємо узагальнене уявлення про типові риси, які характеризують цілий народ і поширюються на кожного його представника.

Реалії зовнішнього світу, часом драматичні події життя Ліна Костенко нерідко пропускає через власне єство. Озираючись назад, в історичне минуле, поетеса переважно відчуває "*Пустельний простір, як душа без міфа;* а тому й з'являються у її поезії такі рядки: *Віки мовчать. Душа не б'є на сполох. Порожніх слів намножилась лушпа; Моя душа здригнулася словами* [МЧ, 134]; *Як невимовне віршами не скажеш, чи не німою зробиться душа*[В, 31]; *Як мовчанням душу уяремлю, то який же в біса я поет?* [ТП, 115]; *Мене не можуть люди не почути – душа в мені розгойдана як дзвін!* [Б, 151]. Тут художньо-семантична площина *моя душа – дзвін,* актуалізується в предикативних формулах.

Авторка-митець, усупереч давній українській традиції безпам'ятства або забуття тих історичних подій, що травмують історичну свідомість народу, б'є на сполох, проламуючись у моральний вимір історій, намагається реанімувати її аксіологічну сутність" [12, 65]: *Душі моєї малиновий дзвін* [МЧ, с. 101]. Душа-грім: *О музи, музи, музи кам'яні! Де грім душі, народжений з любові?Ви мовчите, ви плачете в мені, Душа тисячоліть шукає себе в слові* [ТП, с. 376] – *душа-біль: І власне горе, пережите ще раз, зробило душу зрячою на біль* [МЧ, с. 72]; *гине моя душа, задивлена в чужу* [В, 287]. А оскільки ідіостиль її взагалі вирізняється експресивністю, то й лексика, що супроводжує звертання, також насичена виразними емотивними звучаннями, що нерідко виражає загострені почуття й стани душі: *Як зберегти в собі цю душу в глобальнім клекоті біди? Кити хоч викидаються на сушу, а людству викидатися куди?* [В,541].

В інших поезіях зустрічаємо й такі образи як душа-сон: *Великий сон душі, не втілений у слові,* душа-спомин, спогад: *А може спомин – це далекий вирій, де вже посмертно гріється душа*; *Може, це біль наш, а може, вина, може, бальзам на занедбані душі – спогад криниці і спогад вікна, спогад стежини і дикої груші...* [В, с. 15].

Структура концепту складається з компонентів, у яких відбито його традиційне розуміння й індивідуально-авторське. Кожен із цих компонентів містить у своєму складі мовні елементи, завдяки яким цей концепт реалізується в творчості митця. Тобто душа-епіцентр позитивних і негативних характеристик людини, сукупність рис, якостей, властивих певній особі. Як суб'єкт порівняння має різноманітні образні уподібнення: душа-полонянка: *Моя душа в твоїх лабетах, паперу хвиле снігова!* [МЧ, с.34]; душа-раб: *Що може душу сколихнуть рабу?; душа-неандерталець: душа ще з дерева не злізла*

[В,64] і навіть душа-сатана: *Ото така вже вдача потайна. Бо на обличчя з янголами схожа, але в душі – то чистий сатана* [МЧ, 9].

Отже, як показують спостереження, у художніх текстах лексема *душа* набуває максимальної семантичної багатоплановості. Для вербалізації концепту *душа* Л. Костенко використовує її у своєму номінативному значенні як нематеріальна частина людини, яка, як вважають, існує вічно, і як внутрішній психологічний світ людини, який включає емоції, почуття, волю, характер. Мовні засоби вираження образу душі у поетичній творчості ЛК різноманітні. Під час аналізу текстів нами були виділені такі образні лексико-семантичні компоненти концепту, а саме: *душа-любов, радість, піднесення, храм, святість, спогад, спомин, страждання, пустка, порожнеча; полонянка, душа – грім, дзвін, скрипка, неандерталець, сатана, горобець, недоріка тощо.* Аналізовані образи-символи душі постають із лірики Л. Костенко естетично вартісними виразниками авторського світовідчуття та світосприймання [5,275], пов'язані з людиною, її світоглядом і є **основою** образного змалювання життя людини.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Вежбицкая А.* Язык. Культура. Познание /А. Вежбицкая. – М. : Языки русской культуры, 1996.

2. Галів Ідеографічний словник поетів-шістдесятників: семантика, когніція, мотивація : дис.канд. наук. К., 2013.

3. *Губарєва Г.* Семантика білого кольору в поетичній мові Ліни Костенко / Г. Губарєва // Вісн. Харків. ун-ту, 2000. – № 491.

4. *Єрмоленко С. Я.* Висока естетика поетичного слова Ліни Костенко / С. Я. Єрмоленко // Культура слова. – 2010. – № 3. – С. 6–16.

5. *Калашник В. С.* Людина та образ у світі мови /В. С. Калашник. – Х. : Майдан, 2011.

6. *Кравець Л.* Динаміка метафори в українській поезії ХХ ст. : монографія /Л. Кравець. – К. : Академія, 2012.

7. *Селіванова О. О.* Нариси з української фразеології (психокогнітивний та етнокультурний аспекти) /О. О. Селіванова. – К. ; Черкаси : Брама, 2004.

8. Словник української мови : у 11 т. – К. : Наук. думка, 1971. – Т. 2.

9. Словник української мови: у 11 т. – К. : Наук. думка, 1973. – Т. 4.

10. Словник фразеологізмів української мови (уклад. В.М.Білоноженко та ін.). – К. : Наук. думка, 2008.

11. *Скаб М. В.* Концептуалізація сакральної сфери в українській мові" М. В. Скаб : автореф. д-ра філол. наук. – Чернівці, 2009.

12. Слово і час. – 2010. – № 3. – С. 59–67.

ПЕРШОДЖЕРЕЛА

1. Костенко Л. Проміння землі. – Видавництво "Молодь". – К., 1957.

2.Ліна Костенко. Вітрила. – К. : Рад. письменник 1968.

3.Ліна Костенко. Сад нетанучих скульптур. – К. : Рад. письменник, 1987.
4.Ліна Костенко. Вибране. – К. : Дніпро, 1989.
5. Ліна Костенко. Неповторність. – К. : Молодь, 1980.
6. Ліна Костенко. Річка Геракліта. – К. : Либідь, 2011.
7. Ліна Костенко. Мадонна перехресть" – К. : Либідь, 2012.
8. Ліна Костенко. Триста поезій. Вибране. – К. : А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА, 2014.

Умовні позначення: афористичні вислови – АВ; Проміння землі – ПЗ; Вибране – В; Неповторність – Н; Сад нетанучих скульптур – СНС; Річка Геракліта – РГ; Мадонна перехресть – МП; Триста поезій – ТП.

Стаття надійшла до редколегії 18.04.2016 р.

Крупко О., методист
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ КОНЦЕПТ ДУША В ПОЭТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ ЛИНЫ КОСТЕНКО

Исследуется художественный концепт душа в творчестве Лины Костенко. Как базовый компонент концепта человек, как сложное многоуровневой образование, он имеет важное значение для украинской культуры, манифестируя универсальные и национально-специфические аспекты, репрезентируя языковую картину мира украинского народа, являясь этнокультурным ценностным эталоном. Языковое воплощение концепта душа в индивидуальном стиле автора отображает сложную систему ее внутренней духовной жизни, морально-этических измерений, ощущений, системы ценностей.

***Ключевые слова**: художественный концепт душа, концептуальный анализ, метафора, минитекст.*

Krupko O., Methodologist,
Taras Shevchenko National University of Kyiv

THE ARTISTIC CONCEPT OF SOUL IN L. KOSTENKO'S POETRY

An attempt has been made to investigate the artistic concept SOUL in L. Kostenko's poetry. As a basic component of the concept MAN and a multilevel language formation, it plays a significant role in the Ukrainian culture, reflecting both universal and specific national aspects of life, and representing the language picture of the Ukrainian mentality and ethno-cultural evaluating standard. The language manifestation of the concept SOUL in the individual style of the poetess reflects a very complicated system of her meaningful life, moral standards, feelings and the system of spiritual values.

***Keywords**: the artistic concept SOUL, concept analysis, metaphor, minitext.*

УДК 81'25=111=161.2:378.147

Кузьміна К. А., канд. філол. наук, доц.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ОГЛЯД ЗАРУБІЖНИХ МЕТОДИК ВИКЛАДАННЯ ПЕРЕКЛАДУ

Є оглядом різних методик викладання практики перекладу зарубіжних авторів із моїм коментарем. Різноманітність вправ для ефективного викладання перекладу доводить те, що дисципліна "переклад"несе ті ж самі освітньо-виховні функції, що й інші дисципліни. Переклад, як міждисциплінарна наука, сприяє вивченню мов, розвиває у студентів зацікавленість до різних галузей знань і прищеплює повагу до інших культур і народів.

Ключові слова: *методика викладання практики перекладу, міждисциплінарна наука, повага до інших культур і народів.*

Ця стаття є моїм висновком-коментарем до статей із методики викладання перекладу, написаних викладачами перекладу різних країн [1–15]. Висвітлені у статтях відповідні проблеми ще раз переконали мене в тому, що викладання перекладу потребує такого ж самого ретельного методичного підходу, як і будь-яка інша дисципліна. Адже завдання будь-якого викладача – прищепити у учнів чи студентів насамперед любов до предмета, який розкриває певні сторони Божого світу й людського життя, сформувати любов до знань, до праці, допомогти розкрити свої таланти і навчитися їх правильно направляти на виховання своєї душі й на благо суспільства. І тут зовсім не важливо, який саме предмет викладається, хоча кожен предмет і має свої власні підходи. Наприклад, сам по собі процес перекладу з мови на мову, як і взагалі спілкування з іноземцями, ще раз показує, що люди в будь-якому куточку світу загалом однакові, і що народи повинні підтримувати дружні стосунки, долаючи таким чином націоналістичні настрої. Для того щоб стати перекладачем, окрім знань мов, потрібно бути дуже уважним і працелюбним, цікавитися тим, чим живуть люди, бути знаттєлюбним до наук, знати історію, літературу, культуру, особливо тих країн, із мовами яких перекладач працює. Про те, як розвинути у студентів ці риси, говорять автори вищезгаданих статей, ідеї яких пропоную вашій увазі.

Стаття Джудіт Вудсворт присвячена викладанню історії перекладу. У ній говориться про те, що "академічні програми і навіть цілі університетські відділення виникли з інтересу до історії

тієї чи іншої галузі знань"[15] [15, с. 9]. Автор пропонує ознайомлювати студентів із роллю перекладачіву різні епохи, з персоналіями перекладачів [15, с. 9–17]. Такий підхід є дуже важливим, оскільки знання історії предмету формує насамперед в учнів серйозне та глибоке ставлення до професії.

У своєму підході Олександр Круглов пропонує починати навчати перекладу на ранніх стадіях вивчення мови з акцентом на соціокультурних розбіжностях між мовами оригіналу та перекладу для уникнення дослівного перекладу. У зв'язку з цим пропонується приклад звертання екскурсовода до студентів "дорогі студенти", який учні на занятті переклали буквально "Dear students", але який правильно було б передати англійською словом "hello" [9, с. 82] [9, с. 81– 87].

Є думка, що спочатку потрібно навчити розмовляти мовою, а потім уже перекладати. Звичайно, не завжди ті, хто починає навчатися перекладу, достатньо володіють мовою, але ж можливо зробити так, щоб сам процес перекладу сприяв кращому засвоєнню мови. Якраз акцент на цікавих культурних таісторичних розбіжностях між мовами, захоплюючі приклади розбіжностей у способах вираження в мові оригіналу й перекладу, цікаві перекладацькі проекти та завдання відповідно до мовного рівня студентів можуть розвинути у студентів бажання вивчати мову. Тим більше, що переклад є однією з основних професій усіх, хто обирає вивчення іноземної філології. Єдине, що тут потрібно брати до уваги, це небезпека того, що в людини, яка ще не дуже володіє мовою, може виникнути страх відійти від засвоєних нею перекладацьких еквівалентів, через що виникає і страх вільного говоріння іноземною мовою. Тому, на мій погляд, у перший рік навчання перекладу бажано приділяти увагу на заняттях із перекладу й говорінню, без прив'язки до тих чи інших мовних блоків.

Хедран Віт у своїй статті "Порівняльне культурологічне навчання у викладанні перекладу" вводить такі важливі й актуальні терміни, як "робочі культури" "workingcultures" [14, с. 74], "бікультурна компетенція" "biculturalcompetence" [14, с. 74], "contrastiveculturelearning" "порівняльне культурологічне навчання" [14, с. 75]. Також автор говорить про те, що вивчення

[15]Тут ідалі переклад цитат мій – Кузьміна К. А.

однієї культури можливе лише з позиції іншої культури [14, с. 76] [14, с. 73–79]. Подібні терміни нагадують нам про сенс перекладацької діяльності та підкреслюють як для студентів, так і викладачів, що при перекладі ми маємо справу не просто з перекодуванням інформації з мови на мову, а з культурою, історією, традиціями, звичками того чи іншого народу. Особливо це важливо брати до уваги в наш вік міжнародної комунікації.

Дуже слушний коментар у своїй статті дає Марта Чеунг, коли пише про те, що при порівняльному аналізі оригіналу та перекладу студенти мають тенденцію концентруватися на "неправильностях" у перекладі, але потрібно їх привчати більше до "дескриптивного підходу "descriptive approach" при аналізі перекладу й оригіналу [3, с. 154] [3, с. 153–162].

Стелла Тагнін у своїй статті також пропонує цікаву методику проведення студентами перекладацьких досліджень для кращого вивчення предмету, про який говориться в тексті оригіналу, і присвячувати їм окремі заняття. Ця методика полягає в тому, що студенти обмінюються інформацією, яку вони взяли зі словників, довідників, додаткової літератури, можливо, із бесід зі спеціалістами, яка може їм допомогти при здійсненні перекладу того чи того тексту [12, с.163–169]. Присвячення окремих занять такого виду дослідження не лише розкриває специфіку перекладацького процесу, але має і виховну функцію, а саме: навчає працелюбності, розширює світогляд, вчить працювати в групі.

Леонг Ко у своїй статті "Викладання усного перекладу діалогів" пропонує рольові ігри з попередньою і без попередньої підготовки студентів. Для попередньої підготовки студентам за тиждень до заняття пропонуються теми або сценарії, які вони мають розвинути в рольову гру. При спонтанному діалозі студенти обігруютьтему відразу, а на сценарій дається 10 хв підготовки. Викладач також бере участь у подібних інсценізаціях: наприклад, при обігруванні темивін може зробити відповідне вступне слово перед вправою [8, с. 120]. Прикладом сценарію, який пропонується у статті, є подружжя, яке бере позику на житло в банку [8, с. 122] [8, с. 119–128]. Подібні рольові ігри дають можливість відчути реальні життєві ситуації, із якими стикається перекладач (адже якраз завдання перекладача полягає в тому, щоб дати можливість людям порозумітися в реальних життєвих си-

туаціях), оживлює саме заняття, розвиває творчі здібності студентів, допомагає студентам знайти свої інтереси, виявити в себе нові таланти і, можливо, визначитися з перекладацькою спеціалізацією, вчитьвисловлювати свою думку, виступати перед аудиторією і нести відповідальність за якість свого перекладу. Мінусом подібних вправ, особливо при спонтанній підготовці, є те, що під час таких сцен студенти можуть занадто "ввійти в роль" і відволіктися від загального робочого процесу (навіть автор статті вказує на те, що при спонтанному обігруванні теми студенти дають не дуже хороші результати) [8, с. 121].

Маргарита Улрич пропонує у своїй статті студентам складати перекладацьке досьє, яке б включало сам оригінал, "оточуючий оригінал контекст" ("surrounding co-text"") або, інакше кажучи, фонову інформацію про текст оригіналу та супроводжуючий коментар [13, с. 257] [13, с. 251–260]. Важливо, що під час підготовки такого досьє студенти контактують із авторами та спеціалістами з тематики тексту. Автор пише, що важливо давати певні поради студентам, як встановлювати зв'язок із замовниками перекладів [13, с. 258]. Подібний проект можна давати студентам на цілий семестр із відповідним підсумковим заняттям наприкінці.

Маргарита Улрич також пише про необхідність навчати майбутніх перекладачів і редакторській справі, зазначаючи, що у своїй роботі вони повинні будуть редагувати не лише свої власні переклади, але і тексти, написані неносіями мови, машинні переклади [13, с. 254].

Г. В. Чернов у своїй статті про синхронний переклад говорить про необхідність студентам спеціалізуватися в конкретних галузях знань, поділяючи їх на 1) соціально-політичні й соціально-економічні, що особливо фокусуються на бізнесі та фінансових справах; 2) природничі науки, інженерні і технологічні; 3) науки про життя (біологія, сільське господарство тощо) [2, с. 227] [2, с. 223–231].

Про спеціалізацію перекладачів пише вже згадана Маргарита Улрич [13, с. 251] і Дон Кірейлі, який зазначає, що у програмах німецьких університетів для перекладачів є блок лекцій, присвячений певній галузі знань (медицині, економіці, юриспруденції, інженерній справі) [13, с. 51, с. 64]. Джанет Фрейзер каже про те, що не всім перекладачам подобається те, що вони перекладають, і що спеціалізація студентів у галузях, "уяких вони відчувають

себе найбільш комфортно", дасть можливість збільшити якість перекладу [6, с. 249] [6, с. 243–250]. Крім того, завдяки спеціалізації та вкоріненню в якій-небудь конкретній галузі перекладач не втрачає цілісності натури, має можливість глибоко вивчити додаткову професію, чому знання кількох мов буде лише сприяти, а сам процес перекладу буде для нього легшим. Тим більше така спеціалізація дійсно може виявитися дуже важливою в такому складному й особливому виді перекладу, як синхронний.

Анна Шолдагер дає таблицю оцінювання синхронного перекладу, який через свою усну специфіку відрізняється від письмового перекладу. Відповідно до таблиці оцінювання відбувається за чотирма основними критеріями:

1. Зрозумілість тексту перекладу, який вимовляє студент (включає: артикуляцію, зайві "слова-паразити" тощо.)

2. Мова (включає: вимову, граматичні помилки, мовні інтерференції тощо).

3. Зв'язність мови (включає: наявність незрозумілих місць, уривківфраз тощо).

4. Лояльність (включає: чи має місце неповага перекладача до тексту перекладу або мовця; наявність важливих пропусків інформації, невиправдані додавання тощо) [11, с. 191–192] [11, с. 187–195].

Подібна таблиця чіткіше окреслює для викладача, що саме оцінювати при усному перекладі, а у студента формує почуття відповідальності до професії.

Б. Балясний, який спеціалізується на естонсько-російському перекладі, пише, що переклад може "зближувати" учнів російських і естонських шкіл, пропонуючи проводити спільні літературні вечори, олімпіади, під час яких неестонські школярі перекладали б естонську літературу, а естонські – російську. Б. Балясний пише, що такий "експеримент" було вже проведено французьким ліцеєм Таллінна, а також Центром Народної Культури під час святкування 200-річчя з дня народження Ганса Християна Андерсена [1, с. 97]. Щось подібне можна було б запровадити у нас в Україні між українськими, російськими й іншими іншомовними школами, а також студентами з різних регіонів України, щоб виховувати в молоді любов і повагу до інших культур.

У своїй праці Б. Балясний дає точну оцінку користі від навчання перекладу, із якою неможливо не погодитися. Він пише, що "навчання перекладу має не тільки прикладне значення… але

і виконує загальнолінгвістичні й загальноосвітні функції. Заняття перекладом спонукають учнів звертати увагу на найтонкіші нюанси семантики і конотативних аспектів мовних одиниць, розкривають своєрідність системної організації та функціонування мов, особливості "картини світу", що створюється кожною мовою, спільне і особливе в культурі і мисленні представників різних мовних колективів. Створення перекладацької компетенції сприяє всебічному розвиткові особистості: формує уважність і почуття відповідальності, вміння користуватися словниками, довідниками і додатковими джерелами інформації, робити вибір, швидко приймати правильне рішення, виявляти і зіставляти численні лінгвістичні і екстралінгвістичні дані" [1, с. 98]. Також робиться слушний коментар, що при перекладі тексту, наприклад, історико-культурного характеру, "одночасно охоплюється, як мінімум, чотири шкільні предмети – історія, література, рідна й іноземна мови" [1, с. 99].

У своїй статті цікаву думку висловлює Кей Долерап, пропонуючи на заняттях із перекладу зосереджувати увагу на "міжмовних помилках", які виникають при перекладі у межах конкретної пари мови [5, с. 121–132]. Справді, із цією метою було б слушно і викладачам, і студентам готувати таблиці основних перекладацьких помилок-інтерференцій у конкретній парі мов [5, с. 122].

Дон Кірейлі у своїй книзі, присвяченій викладанню перекладу, пише про нестачу спеціальних педагогічних курсів для підготовки викладачів із перекладу [7, с. 35]. Також автор пропонує зробити заняття з перекладу більш творчими, дещо критикуючи стандартну методику роздачі студентам текстів для письмового перекладу вдома, який на наступному занятті зачитується студентами. Натомість він пропонує створювати реальні перекладацькі ситуації, де є реальний текст оригіналу йреальний замовник перекладу. Якщо викладач сам є перекладачем-практиком, то він може влаштувати перемови між собою, студентами і замовником. Якщо такого реального замовника перекладу немає, то перекладач може симулювати реальну ситуацію, попросивши, наприклад, свого колегу бути таким замовником [7, с. 60].

На тепер у ситуації університету ім. Тараса Шевченка таким "замовником" може бути сам університет, адже зараз університету потрібно робити чимало перекладів, які якраз можна було б додатково включити в програми з практики перекладу. Таким

чином, студенти виконуватимуть реальні перекладацькі завдання не лише під час проходження відповідної практики, а і протягом всього навчального періоду. Адже особливістю перекладацької діяльності є важливість отримання конкретного її результату, а саме тексту перекладу, зробленого для конкретних людей.

Також Дон Кірейлі спонукає до колективної роботи студентів, щоб студенти вчилися працювати разом. Із цією метою однією з цікавих вправ є запропонувати студентам розказати по черзі про себе якусь історію, а потім, прослухавши один одного, кожен студент має представити, тобто розказати про іншого студента. Така вправа не лише згуртовує студентів, що в наш час індивідуалізації особистості є дуже важливим, а і розвиває необхідну для усного перекладу оперативну пам'ять.

Наголошуючи на "комп'ютерній грамотності" [4, с. 268] покоління студентів 90-х (уже не кажучи про сьогодення), Джанет Ен Де Чесаріс у своїй статті описує методику роботи з перекладацькими базами даних, такимияк TRADOS [4, с. 263–269]. Також через одну із вправ вона показує, як перекладацькі бази даних можуть допомагати студентам виявляти "складні місця" у перекладі між конкретною парою мов [4, с. 268].

Дон Кірейлі у своїй книзі присвячує цілий розділ навчанню студентів користуватися комп'ютерними перекладацькими програмами на заняттях із перекладу, говорячи навіть про необхідність міняти навчальні програми з перекладу, оскільки в наш час перекладачам доводиться все більше працювати в електронному форматі [7, с. 123–139]. Крім того, вміння ефективно користуватися комп'ютерними програмами й іншими технічними засобами у професійній діяльності повинно мати і виховну функцію, а саме зменшення таких явищ як безцільне використання комп'ютера та Інтернет-залежність.

Деякі авторипропонують колективні великі за обсягом переклади-проекти, які могли б бути потім опубліковані (одним з них є Дон Кірейлі, який перекладав зі студентами наукову працю). Також таким проектом може бути переклад художньої літератури.

На мою думку, подібні вправи на заняттях із перекладу потрібні не лише студентам, а і самим викладачам, оскільки творчий підхід до педагогічної справи завжди приносить почуття задоволення, натхнення і любові, із якими можна навчити будь-яких бажаючих вчитися студентів, які від нас вбирають усе "як

губки" [10, с. 142]. Переклад, як міждисциплінарна наука, може сприяти вивченню не лише іноземних мов, а і підвищити зацікавленість студентів до інших галузей знань. Крім того, формуючи у студентів почуття поваги до інших культур і народів, переклад і перекладознавство мають і виховну функцію.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Балясный Б.* Семиотические аспекты перевода и прикладное переводоведение / Б. Балясный. – Tallinn : TLÜ KIRJASTUS, 2005. – С. 96–108.

2. *Chernov Ghelli* Taking care of the sense in simultaneous interpreting P. 223–231.

3. *Cheung Martha* Descriptive translation studies and translation teaching P. 153–162.

4. *DeCesaris Janet Ann* Computerized translation managers as teaching aids P. 263–269.

5. *Dollerup Cay* // Teaching Translation and Interpreting 2 Insights, Aims, Visions: Papers from the Second Language International Conference Elsinore, Denmark 4–6 June 1993 / Edited by Cay Dollerup, Annette Lindegaard University of Copenhagen. – JohnBenjamins Publishing Company Amsterdam/Philadelphia, 1993. – Vol. 5. – P. 121–132.

6. *Fraser Janet* Professional versus student behavior // Teaching Translation and Interpreting 3 New Horizons: Papers from the Third Language International Conference Elsinore, Denmark 9–11 June 1995 / Edited by Cay Dollerup, VibekeAppel. – JohnBenjamins Publishing Company Amsterdam/Philadelphia, 1995. – Vol. 16. – P. 243–250.

7. *Kiraly Don* A Social Constructivist Approach in Translator Education: Empowerment from theory to practice. – St. Jerome Publishing, Manchester, UK & Kinderhook (NY), USA, 2012. – P. 207.

8. *Ko Leong* Teaching diologue interpreting P. 119–128.

9. *Krouglov Alexander* Teaching social and cultural differences P. 81–87, P. 243–250.

10. *Sainz Maria Julia* Awareness and responsibility: our students as partners P. 137–144.

11. *Schjoldager Anne* Assessment of simultaneous interpreting P. 187–195.

12. *Tagnin Stella* Studens research for translation P. 163–169.

13. *UlrychMargherita* Real-word criteria in translation pedagogy P. 251–260.

14. *Witte Heidrun* Constructive culture learning in translator training P. 73–79.

15. *Woodsworth Judith* Teaching the history of translation P. 9–17.

Стаття надійшла до редколегії 18.04.2016 р.

Kuzmina K. A., PhD,
Associate ProfessorTaras Shevchenko University of Kyiv

REVIEW OF FOREIGN METHODS OF TEACHING TRANSLATION

The article is the review of different methods of teaching practical translation of foreign authors with my comments. The variety of exercises for effective teaching of translation proves that the discipline of "translation" has the same pedagogical and educational functions as other disciplines. Translation, as an interdisciplinary science, contributes to learning languages, develops students' interest in different fields of knowledge, implants respect for other cultures and peoples in students.

Keywords:*methods of teaching practical translation, interdisciplinary science, respect for other cultures and peoples.*

Кузьмина К. А., канд. филол. наук, доц.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

ОБЗОР ИНОСТРАННЫХ МЕТОДИК ПРЕПОДАВАНИЯ ПЕРЕВОДА

Представляет собой обзор методик преподавания практики перевода зарубежных авторов с моим комментарием. Разнообразие упражнений для эффективного преподавания перевода доказывает то, что дисциплина "перевод" несёт те же самые воспитательно-образовательные функции, что и другие дисциплины. Перевод, как междисциплинарная наука, способствует изучению языков, развивает у студентов заинтересованность к другим областям знаний и прививает уважение к другим культурам и народам.

Ключевые слова: *методика преподавания практики перевода, междисциплинарная наука, уважение к другим культурам и народам.*

УДК 811.161.1'221:159.942

Кутузова Т. В., соиск.
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ЭМОЦИОНАЛЬНЫХ КОНЦЕПТОВ *РАДОСТЬ, ПЕЧАЛЬ* В ЛЕКСИКОГРАФИЧЕСКИХ ИСТОЧНИКАХ

Посвящена выявлению содержательных особенностей эмоциональных концептов РАДОСТЬ и ПЕЧАЛЬ на основе лексикографических источников,с учетом невербальных компонентов коммуникации как средства выражения эмоционально окрашенной речи.

Ключевые слова: *эмоции, эмоциональный концепт, невербальная коммуникация.*

Эмоция находит объективацию в языке, а представление о ней является основой для формирования эмоционального концепта – культурно обусловленной ментальной единицы, выраженной вербальными и невербальными средствами, отражающей как общеуниверсальные, так и культурноспецифические представления об эмоциональном переживании в языковом сознании человека.

В данной статье остановимся более подробно на рассмотрении лингвокультурологических особенностей концептов *РАДОСТЬ и ПЕЧАЛЬ.*

Этимология слова "радость" восходит к праславянской форме, от которой произошли: "ст.-слав. радъ (др.-греч. περιχαρής), укр. ра́дий, рад, белор. рад, болг. рад и т. д. Возможно родство "с англос.

rót "радостный, благородный", др.-исл. rǿtask "проясняться, веселеть", англос. rǿtu ж. "радость" [17]. Таким образом, этимология номинанта данной эмоции подтверждает положительные коннотации, связанные с переживанием радости как чего-то веселого.

Тенденция определять *радость* как позитивное эмоциональное состояние прослеживается и в современной психологической литературе, где под данным термином понимается: "*наслаждение, внутреннее чувство удовольствия вследствие желанного случая*" [18], "*состояние большого душевного удовлетворения по поводу сбывшихся желаний*" [8]. Указанные определения позволяют выделить родовые семы *"чувство"* и *"состояние"*, а также видовые семы *"причинности"* ("вследствие", "по поводу"), *"степени переживания"* ("большого удовлетворения") и дополнительные номинанты *"наслаждение", "удовлетворение"*.

В толковых словарях значение положительного эмоционального состояния конкретизируется. Радость – это 1) "*веселье, услада, наслажденье, утеха, противопол. скорбь, грусть, горе, печаль и пр., внутреннее чувство удовольствия, приятного, вследствие желанного случая*" [5], "*чувство удовольствия, ощущение большого душевного удовлетворения*" [10, с. 13], "*веселое настроение*" [16]; 2) "*то, что (тот, кто) доставляет удовольствие, дает счастье*" [10, с. 13], "*событие, предмет, возбуждающие такое чувство*" [16]; 3)"*ласковое, нежное обращение*" [10, с. 13], "*употребляется при обращении в знач. милый, любимый*" [16, с. 6]. Для характеристики эмоции релевантными являются определения, представленные в первой группе. В них можно выделить родовые семы *"чувство"*, *"ощущение","настроение"*, а также такие характеристики, как направленность эмоции ("веселое настроение"), степень и форма переживания ("большого удовлетворения", "внутреннего удовлетворения"), семы-номинанты эмоции ("*удовольствия*", "*удовлетворения*"). Таким образом, различие в толкованиях состоит в наличии в психологических словарях указания на причину появления радости, а также семы "*состояние*", в отличие от сем в толковых словарях "*ощущение*", "*настроение*". Общими являются наличие семы "*чувство*", указания на степень и форму переживания, номинанты.

Синонимический ряд рассматриваемой лексемы включает в себя следующие лексические единицы: "*веселье, восторг*" [1], "*ликование, торжество, праздник*" [3], *"отрада"* [14]. Они отмечены положительной семантикой. Однако слово "*торжество*" может иметь и негативную окраску: "*состояние радости или злорадства по случаю успеха, удачи*" [14].

О достаточно высокой значимости эмоции *радости* для носителя русской лингвокультуры можно судить и по составу словообразовательного гнезда. Лексема *радость* является производной от *рад*, словообразовательное гнездо которого насчитывает 39 единиц. "Радость"– производящее слово для 19 единиц (8 прилагательных, 6 наречий, 5 существительных). Продуктивными приставками для представленных частей речи являются не-, без-, составляющие оппозиции (*радостный-нерадостный*, *радостно-безрадостно*, *радостность – безрадостность* и т. д.), суффикс -ость (именование свойства (*радостность*)), суффикс -н в прилагательных (значение общей характеристики*(нерадостный)*), -н и -о в наречиях (*радостно*) [15]. Таким образом, можно отметить преобладание признаковой характеристики эмоционального состояния.

С целью выяснения содержательных характеристик исследуемого концепта были проанализированы ассоциации, возникающие в сознании в связи со словом "радость". Так, по данным "Русского ассоциативного словаря", из 103 реакций, даных на слово-стимул, ядерную зону составляют такие слова, как: *большая* (8), *горе* (5), *счастье* (5), *встречи, моя, улыбка* (3), медиарную – *веселье, гадость, грусть, жизни, нежданная, нечаянная, победы* (2), периферийную – *без конца и края, бурная* (1) и т. д. [9]. Это означает представление носителями русского языка*радости* как сильной положительной эмоции, противопоставленной *горю*, что подтверждает представленное ранее утверждение.

Для того, чтобы выделить семантические признаки, которые дополнят значение эмоции *радость,* представленное в толковых словарях, целесообразно обратить внимание на паремиологический фонд русского языка. Так, в народном сознании она противопоставляется негативным переживаниям ("В радости сыщут, а в горести забудут", "От радости кудри вьются, в печали секутся", "Радость не вечна, печаль не бесконечна"), и имеет место там, где есть положительные ("Где нет любви, там нет и радости", "Где счастье, там и радость"). Радость достается нелегко ("Нужда семерых задавила, а радость одному досталась"), приходит со временем (" На старости дожили до радости"), ее нужно ценить ("Лучше вода в радости, чем брага в печали", "Лучше воду пить в радости, чем мед в кручине"). Она имеет положительную знаковость ("От радости и старики молодеют", "От радости и от веселья у старика красна келья"). Интересно, что радость описывается в контексте старости, которая при этом характеризуется отрицательно ("Старость не радость, горб не

корысть", "При старости две радости: и с горбом, и с бельмом"). Радость отличается отсутствием границы (безбрежная, безграничная, бездонная, безмерная, неизмеримая радость), ее сложно передать (непередаваемая, неописуемая, невыразимая радость), подделать (искренняя, неподдельная радость). Радость может быть достаточно интенсивной ("вне себя от радости" в значении "очень рад", бешеная, бурная, дикая, безумная, сумасшедшая радость) [4, 5, 12, 19]. Таким образом, данные паремиологического фонда также подтверждают положительную знаковость эмоции *радость*.

Рассмотренные вербальные средства объективации эмоционального концепта *РАДОСТЬ* представляется необходимым дополнить анализом невербальных компонентов [2].

Первую группу составляют мимические реакции, относящиеся к ядерной зоне, в которых главным топологическим признаком являются *глаза:*

– **Зажмурить глаза** (*варианты: жмурить, закрывать/ закрыть, приоткрывать/ приоткрыть глаза*) – "выражение восторга, удовольствия"

– **Посмотреть большими глазами** (*смотреть, глядеть/ поглядеть большими (круглыми, широко раскрытыми) глазами*); **расширить глаза** (*расширять, округлять/ округлить, вытаращивать/ вытаращить, выпучивать/ выпучить глаза*); **делать большие** *(круглые)* **глаза** – "выражение радости, восторга, страха, ужаса".

Вторую группу составляют мануальные жесты. Главными топологическими признаками в которых являются *руки.* Вядерную зону входят такие жесты, как:

– **Всплеснуть руками** (*взмахивать/ взмахнуть руками*) – "радость, восторг".

– **Раскинуть руки** (*в стороны*) (**раскидывать, расставлять/ расставить руки в стороны**); **раскрыть** (*раскрывать*) **объятия**; **идти с распростертыми объятиями**; **заключить в объятия кого-то** (*схватить в объятия*); **обнять***(обнимать)***кого-то** – "радость от встречи, дружеское расположение".

Щеки, *ладони, бедра также выступают топологическиими признаками,* характеризующими конечную точку траектории движения:

– **Ухватиться за щеки** (*схватиться, взяться за щеку*) – "выражение восторга, ужаса, удивления".

– **Хлопнуть** *(себя)* **руками по бедрам** *(хлопать, бить, ударять себя руками по бедрам (по бокам))* – "радость, восторг".

- **Хлопнуть в ладони** *(хлопать, захлопать в ладони (в ладоши, ладонями))*; **аплодисменты** – "радость, удовольствие, удовлетворение; одобрение или приветствие".

К периферийной зоне мануальных жестов относятся такие, которые, как нам кажется, в некоторой степени выражают радость. Топологическими признаками здесь являются грудь, живот, плечи и спина как конечные точки траектории движения.

– **Потереть руки** *(друг о друга) (тереть, потирать ладони друг о друга)* – "предвкушение или ощущение удовольствия".

– **Погладить** *(гладить)* **себя по груди**; **водить рукой по груди** *(проводить/ провести рукой (себе) по груди)* – "восторг, любование; выражение удовольствия, приятных ощущений".

– **Погладить** *(гладить)* **себя** по животу; **водить рукой по животу** (*проводить/ провести рукой себе по животу*) – "удовольствие, приятные ощущения (чаще всего физиологические: приятная еда, напиток, воздух и т. д.); восторг".

– **Хлопнуть** *(кого-то)* **по плечу** *(хлопать, похлопать, ударять/ ударить, бить, стукнуть, трепать/ потрепать по плечу кого-то)* – "жест, сопровождающий радостное дружелюбное приветствие. Типичен для мужчин".

– **Хлопнуть по спине** *(хлопать, шлепать/ шлепнуть, ударять/ ударить, стучать/ стукнуть по спине (между лопаток) кого-то)*; **трепать** *(потрепать)* **по спине** – "дружеское приветствие при встрече, поздравлении".

Жесты, в которых главными топологическими признаками выступают губы, рот, пальцы, малочисленны. Ядерную зону составляют такие, как:

– **Поцеловать** *(себе)* **кончики пальцев** – "восторг, восхищение, высокая оценка чего-либо".

– **Раскрыть рот** (*раскрывать, открывать/ открыть, приоткрывать/ приоткрыть, разевать/ разинуть рот)*; **отваливается челюсть** – "проявление предельного восторга, удивления, недоумения".

– **Щелкнуть** *(щелкать)* **пальцами** – "радость, удовольствие, одобрение".

К периферийной зоне относятся такие жесты:

– **Чмокнуть в щеки** *(целовать/поцеловать)* – "выражение теплого дружеского чувства при приветствии, поздравлении и т. д."[2].

Итак, на основании выполненного анализа представляется возможным дать следующее определение: радость – это ощущение внутреннего удовлетворения вследствие успехов, сбывшихся желаний. В представлении носителей русского языка и культуры она обладает положительной семантикой, противопоставляется печали. Невербально радость обычно выражается с помощью мануальных жестов, главными топологическими признаками которых являются *руки,* а также мимических реакций, в которых основную роль играют *глаза.*Некоторые жесты и мимические единицы амбивалентны и могут выражать не только радость, но и страх, ужас (см. *Посмотреть большими глазами*, *ухватиться за щеки*).

Далее рассмотрим особенности эмоционального концепта *ПЕЧАЛЬ.*Этимология лексемы *печаль* восходит к праславянской форме *pečalь из *pekēlь, родственна "укр., блр. печа́ль, др.-русск., ст.-слав. печаль, болг. печа́л, словен. pečȃl "скорбь, грусть", отсюда печа́литься, печа́ловаться, др.-русск. печаловатися. Связано с предыдущим и с пеку́" [16]. Учитывая последнее утверждение, можно предположить значение этого чувства как обжигающего.

Психологические словари трактуют печаль так: "*грусть, тоска, горе*" [18], "*состояние грусти и скорби*" [8], "*психическое состояние, обусловленное переживаниями утраты и сопровождающееся снижением интереса к внешнему миру, погруженностью в себя и поглощенностью воспоминаниями, вызывающими неприятный осадок*" [11]. К. Изард отмечал, что "взаимодействие печали с другими фундаментальными эмоциями образует феномен горя" [7, с. 213]. Горе, в свою очередь, трактуется как "*состояние глубокой печали, скорби*" [8], "*сильная печаль, вызванная несчастьем, "интенсивное эмоциональное состояние, сопутствующее потере кого-то (или чего-то), с кем или с чем у человека была глубокая эмоциональная связь*" [18]. Таким образом, печаль и горе находятся в тесном взаимодействии.

Толкование лексемы *печаль* со временем изменилось. Ранее оно определялось как "*забота, попеченье, хлопоты, усердное участье*" [5], а глагол *печалиться* стоял в одном ряду со словами *"скорбеть, горевать; жалеть, тужить, огорчаться, грустить, сохнуть, плакать, болеть, скучать"* [5]. Современные толковые словари указывают на несколько значений данной лексемы: 1) "*скорбно-озабоченное, нерадостное, невеселое настроение, чувство"* [16],

"чувство грусти, скорби, состояние душевной горечи" [6]; 2) *"то, что внушает (внушало) такое чувство, является (являлось) источником, причиной его"* [16], *"то, что вызывает, обусловливает чувство скорби, тоски; беда, несчастье"* (эти значения частично отражены в определении глагола "печалиться" в [5]; 3) *"забота, огорчение (разг.)"* [16], *"то, что является предметом беспокойства, заботы"* [6]. Таким образом, родовой семой в дефинициях в психологических словарях является *"состояние"*, в то время как в определениях толковых словарей родовые семы – *"чувство"*, *"настроение"*, общие номинанты – "*грусть", "скорбь"*. В толкованиях отсутствует указание на степень интенсивности и причину появления печали. Следует отметить, что *печалью*в нихименуется и эмоция, и объект, вызывающий эмоциональную реакцию у человека.

Лексема *печаль* является главной в синонимических рядах "*горе, горесть, грусть, кручина, отчаяние, скорбь, прискорбие, скука, томление, тоска, траур, уныние, сокрушение; ипохондрия, меланхолия; соболезнование, сожаление; боль, горечь*" [1], "*грусть, тоска, горе, боль, скорбь, горесть, сокрушение; кручина (народн.-поэт.); печалование (уст. и прост.), мировая скорбь*" [3]. Величина синонимического ряда указывает на достаточно высокую степень объективированности данной эмоции в русском национально-языковом сознании. Некоторые номинанты определяются родовым (через понятие *"чувство"*) или отсылочным способом (ср. горесть – *"тяжелое чувство, вызываемое бедой, несчастьем, неудачей"* [13]; грусть – *"чувство печали, легкого уныния"* [13], *кручина – "грусть, печаль, тоска"* [13]).

О достаточно высокой значимости эмоции печали для носителя русского языка и культуры можно судить по составу словообразовательного гнезда, которое содержит 25 единиц (13 глаголов, 6 существительных, 3 наречия, 3 прилагательных) [15]. Продуктивными для образования глаголов являются приставки за-, по-, при-, о-, (*запечалиться, попечалиться, припечалиться, опечалиться*), суффиксы – -и(ть) (*печалиться*), -ива (*припечаливаться*), -ова (*печаловать*), постфикс – -ся. Существительные образуются при помощи приставки бес-, суффиксов -н (*беспечальный*), -ник (*печальник*), -ниц (*печальница*), -ова, -ниj (*печалование*), окончаний -ый, -е, а. Продуктивными для образования прилагательных

являются приставки бес-, -о, суффиксы -н, -енн (*беспечальный, опечаленный*), окончание -ый. Преобладание глаголов в структуре словообразовательного гнезда указывает на процессуальную семантику анализируемой лексемы [15].

Анализ данных "Русского ассоциативного словаря" позволил выделить содержательные признаки исследуемого концепта с точки зрения их актуальности для носителей русского языка. Так, по данным "Русского ассоциативного словаря" [9], из 114 реакций на слово-стимул, ядерную зону составляют такие, как: *моя* (11), *грусть, тоска* (9), медиарную – *глубокая, любовь, моя светла* (3), *горькая, грустна, грустно, огромная, пришла, прошла, радость, светлая, сильная, смех, человеческая* (2), периферийную – *ангел, беспросветная* (1) и пр. То есть реакции отражают личностный характер ("моя") и степень переживания печали ("глубокая", "огромная", "сильная"), характеризуют ее через сходные переживания ("грусть", "тоска").

Выделению семантических признаков, дополняющих значение лексемы *печаль,* представленное в толковых словарях, способствовало обращение к паремиологическому фонду русского языка. Печаль взаимосвязана с радостью ("Ни печали без радости, ни радости без печали"), которая благотворно влияет на внешность и здоровье человека ("С радости кудри вьются, с печали секутся"). Ее переживание не несет человеку ничего положительного ("Печаль человека не украсит", "Печаль не уморит – а с ног собьет"), скорее наоборот, разрушает ("Железо ржа поедает, а сердце печаль сокрушает"). Вера помогает избавиться от печали ("Мы с печалью, а Бог с милостью", "От всякой печали Бог избавляет"). Печаль может иметь высокую степень интенсивности (бесконечная, беспредельная, большая печаль), обжигать (жгучая печаль (это значение прослеживается и в этимологии)) [4, 5, 12, 19].

Среди невербальных маркеров проявления эмоции печали (и горя как сходного понятия), представленных соматическими речениями, возможно выделить мимические и кинесические средства, в которых к топологическим признакам, характеризующим как рекрутируемый орган, так и конечную точку траектории движения, могут быть отнесены *глаза*, *руки*, *голова*, *грудь*, *рот* [2].

Первую группу составляют мимические единицы, топологическими признаками которых являются *глаза, лицо*:

– **Закрыть себе глаза** *(рукой)* (*варианты: закрывать, прикрывать/ прикрыть (себе) глаза рукой (руками))*– "выражение усталости, горя".

В следующую группу входят жесты с топологическим признаком *голова* и *рот* (как конечной точки траектории движения).Ядерная зона:

– **Опустить голову** (вниз) (опускать, *наклонять/ наклонить, склонять/ склонить, нагибать/нагнуть голову (вниз))*; **понурить голову***(уронить, потупить голову)*; **поникнуть головой** – "выражение грусти, печали".

– **Закрыть рот рукой** *(закрывать, прикрывать/ прикрыть, зажимать/ зажать (себе) рот рукой)* – "выражение горя, отчаяния".

К периферийной зоне относятся такие жесты:

– **Обхватить голову руками** *(обхватывать, обнимать/ обнять голову руками)*; **стиснуть голову руками** *(стискивать, сжимать/ сжать голову (виски) руками)*; **взяться за голову руками** *(браться, хвататься/ схватиться за голову (за виски) руками))* – "выражение отчаяния, безысходности".

Следующую группу составляют мануальные жесты, топологическим признаком в которых являются руки. Все они относятся к ядерной зоне:

– **Вскинуть руки** *(в мольбе)*; **вознести руки** *(к небу) (возносить, воздевать/ воздеть руки к небу)* – "жест отчаяния, горя".

– **Всплеснуть руками** *(взмахивать/ взмахнуть руками)*; **вскинуть** *(вскидывать)* **руки** – "горе, отчаяние".

– **Опустить** *(опускать)* **руки**; **стоять с повисшими руками** *(идти, сидеть с повисшими руками)* – "выражение пассивности, безволия, подавленности из-за горя, несчастья".

Жест с топологическим признаком *грудь* "**вдохнуть всей грудью** *(вдыхать, вздохнуть полной грудью)*" может выражать "облегчение, освобождение от чего-то неприятного, гнетущего, от печали, горести"[2].

Итак, *печаль* определяется как невеселое состояние, вызванное утратой, характеризующееся внутренней направленностью. Сравнительно многочисленный синонимический ряд указывает на достаточно высокую степень значимости эмоционального концепта для русского национально-языкового сознания. Ядерную зону выражения эмоции печали составляют жесты с топологическими признаками *голова, руки*, периферийную – с признаками *рот, лицо*.

Таким образом, анализ этимологических словарей дал возможность определения значений имен концептов для дальнейшего сравнения с их современным пониманием и прослеживания смысловой модификации. Рассмотрение семантики слов в психологических и толковых словарях позволило установить, что родовыми семами в определении эмоций, в основном, являются *"чувство"* и *"состояние"*.

Анализ синонимических рядов способствовал расширению их содержания за счет выделения дифференциальных признаков в семантике компонентов. Можно предположить, что величина синонимического ряда указывает на степень значимости той или иной эмоции для носителей национально-языкового сознания.

Анализ словообразовательных гнезд лексем дал возможность выделения особенностей их концептуализации на уровне грамматических значений, реализующих потенциал внутренней формы единиц. Количественный состав гнезд, на наш взгляд, может свидетельствовать о степени типизированности той или иной эмоции для эмоциональной сферы носителей национально-языкового сознания.

Материалы "Русского ассоциативного словаря" продемонстрировали специфику реализации эмоций. Обработка единиц паремиологического фонда русского языка отразила этнокультурную специфику анализируемых концептов.

Дополнительное рассмотрение невербальных маркеров эмоций подтвердило, что многие кинесические проявления эмоциональных состояний обладают многозначностью и являются контекстуально обусловленными.

Результаты проведенного исследования в целом подтверждают сложившиеся представления о взаимосвязи эмоциональной, мыслительной и языковой деятельности человека в когнитивных и коммуникативных процессах.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. *Абрамов Н.* Словарь русских синонимов и сходных по смыслу выражений. – 7-е изд., стереотип. – М. : Русские словари, 1999. – Режим доступа: http://enc-dic.com/synonym/_/

2. *Акишина А. А.* Жесты и мимика в русской речи. Лингвострановедческий словарь / А. А. Акишина, Х. Кано, Т. Е. Акишина. – М. : Русский язык, 1980.

3. *Александрова З. Е.* Словарь синонимов русского языка / З. Е. Александрова. – М. : Сов. энциклопедия, 1969.

4. *Даль В.И.* Пословицы русского народа. – Режим доступа: http://www.slova.ru/book_toc/1.html.

5. *Даль В. И.* Толковый словарь живого великорусского языка. – Режим доступа: http://enc-dic.com/dal/_/

6.*Ефремова Т. Ф.* Современный толковый словарь русского языка. – М. : Русский язык, 2006. – Режим доступа:http://enc-dic.com/efremova/_/

7. *Изард К. Е.* Эмоции человека / К. Е. Изард. – М. : МГУ, 1980.

8. *Ильин Е. П.* Психофизиология состояний человека: терминологический словарь. – СПб. : Питер, 2005. – Режим доступа: http://vocabulary.ru/dictionary/637

9. *Караулов Ю. Н.* Русский ассоциативный словарь / Ю. Н. Караулов и др. – М. : ИРЯ РАН, 1996.

10. *Кузнецов С. А.* Большой толковый словарь русского языка. – СПб. : Норинт. 2000. – Режим доступа: http://kuznetsov-dictionary.info/word/v/Vnimanie-5573.html

11. *Словарь-справочник* по психоанализу ; под ред. В. Лейблина. – Режим доступа: http://vocabulary.ru/dictionary/881

12. *Словарь русской идиоматики*. Сочетания слов со значением высокой степени Academic 2011. – Режим доступа: http://enc-dic.com/idiom/Vnimanie-2771.html

13. *Словарь русского языка* : в 4 т. – М. : Русский язык, 1982. – Режим доступа: http://enc-dic.com/academic/_/

14. *Словарь синонимов* русского языка : в 2 т. – М. : "Астрель",2003.

15. *Тихонов А. Н.* Словообразовательный словарь русского языка / А. Н. Тихонов : в 2 т. – М. : Русский язык, 1985.

16. Толковый словарь русского языка : в 4 т. ; под. ред. Д. Ушакова – М. : Терра, 1996. – Режим доступа: http://old.kpfu.ru/infres/slovar1/begall.htm

17. *Фасмер М.* Этимологический словарь русского языка / *М. Фасмер* : в 3 т. – М. : Прогресс, 1964. – Режим доступа: http://enc-dic.com/fasmer/_/

18. *Филиппов А. В.* Тысяча состояний души. Краткий психолого-филологический словарь / *А. В. Филиппов и др.* – М. : Флинта, 2011. – Режим доступа: http://vocabulary.ru/dictionary/976

19. Фразеологический словарь русского литературного языка : в 2 т. – Новосибирск : Наука, 1995.

Стаття надійшла до редколегії 18.04.2016 р.

Кутузова Т. В., здобувач,
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, Київ

ЛІНГВОКУЛЬТУРОЛОГІЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА ЕМОЦІЙНИХ КОНЦЕПТІВ *РАДІСТЬ, ПЕЧАЛЬ* У ЛЕКСИКОГРАФІЧНИХ ДЖЕРЕЛАХ

Присвячена виявленню змістових особливостей емоційних концептів РАДІСТЬ і ПЕЧАЛЬ на основі лексикографічних джерел, з урахуванням невербальних компонентів комунікації як засобу вираження емоційно забарвленої мови.

Ключові слова: *емоції, емоційний концепт, невербальна комунікація.*

Kutuzova T. V.,Candidate for PhD
Taras Shevchenko National University of Kyiv

LINGUO-CULTURAL CHARACTERISTICS OF EMOTIONAL CONCEPTS *JOY* AND *SORROW* IN LEXICOGRAPHICAL SOURCES

The article deals withthe identification of substantial features of the emotional concepts JOY and SORROW on the basis of lexicographical data, with consideration of non-verbal components of communication as a means of expression of emotive speech.
Keywords: *emotion, emotional concept,non-verbal communication.*

УДК 811.14: 81'27+81'42

Левко О. В., канд. філол. наук, доц.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ТАКТИКА ДИСКРЕДИТАЦІЇ В РЕЛІГІЙНИХ ТЕКСТАХ АНТИЧНОСТІ ТА СУЧАСНОСТІ (НА МАТЕРІАЛІ ДАВНЬОГРЕЦЬКОЇ, УКРАЇНСЬКОЇ ТА РОСІЙСЬКОЇ МОВ)

Досліджено в зіставному аспекті прийоми втілення тактики дискредитації у промовах Отців Церкви IV ст. (Григорій Богослов та Іоанн Златоуст) і медіатекстах сучасних українських і російських релігійних діячів (патріарх Філарет і протодиякон Андрій Кураєв), встановлено прецедентні тексти, до яких звертаються автори з метою дискредитації опонентів, якими, як правило, є політичні й релігійні лідери.
Ключові слова: *тактика дискредитації, прецедентний текст, грецька патристика, релігійний медіадискурс.*

Уміння представити цінності аудиторії та переконати її в необхідності їх наслідування завжди вважалося необхідною компетенцією для релігійного промовця. Проте часто оратору треба було створити фон, на тлі якого предмет уславлення був би виразно й чітко представлений у вигідному світлі. Щоб досягнути цієї мети християнські автори нерідко вдавалися до дискредитації антигероїв, уособлень гріха й беззаконня, яким протиставлялася свята та праведна людина, що втілила в життя Євангельський ідеал. Тактика дискредитації недоліків і їхніх носіїв риднить промови Отців Церкви й публічні висловлювання сучасних релігійних лідерів. В умовах реалій XXI ст. дослідження сугестивного впливу на аудиторію промов і висловлювань відомих релігійних діячів у зіставному аспекті з промовами Отців Церкви видається вельми **актуальним** не лише в царині лінгвістики, а також у сфері захисту інформаційного простору України.

Мета статті – дослідити засоби втілення мовної тактики дискредитації в текстах грецької патристики та сучасного релігійного медіадискурсу. **Об'єкт дослідження** – мовний простір грецької патристики та сучасної релігійної медіасфери в зіставному аспекті. **Предмет дослідження** – засоби реалізації мовної тактики дискредитації в текстах Отців Церкви й сучасних українських і російських релігійних діячів. **Матеріали дослідження** – промови Григорія Богослова, Іоанна Златоуста, публічні висловлювання й офіційні заяви патріарха Філарета і протодиякона Андрія Кураєва.

Ранньохристиянські промови часом вражають сучасного читача своєю відвертістю й гостротою висловлювання. Викриття недоліків і засудження опонентів вербалізується в їдких і пекучих фразах. Ані Новий Завіт, ані промови Отців Церкви не цураються гострого слова.

Прийоми дискредитації широко вживані вже в Новому Завіті. Ісус Христос у своїх проповідях і притчах часом дуже гостро звертався до своїх опонентів, зокрема, фарисеїв в обличчя він називає γεννήματα ἐχιδνῶν *"породження єхидни"* (Мт. 3:7; Мт. 12:34; Лк. 3:7). Викриття й дискредитація також може репрезентуватися за допомогою зіставлення з грішниками Старого Завіту, зокрема, часто жителі Содому, Гоморри чи то Тиру з Ніневією виставляються у більш привабливому світлі, ніж сучасники Христа: *"А ти, Капернауме, що до неба піднісся, аж до аду ти зійдеш. Бо коли б у Содомі були відбулися ті чуда, що в тобі вони стались, то лишився б він був по сьогоднішній день. Але кажу вам, що содомській землі буде легше дня судного, аніж тобі!"* (Мт. 11:23–24). Такий модус поведінки давав усі підстави для ранньохристиянських авторів не цуратися соковитого слова чи яскравої історії для підкреслення негативних рис своїх опонентів чи героїв-антагоністів.

Одним із способів мовного втілення тактики дискредитації у промовах Отців Церкви було введення прецедентних текстів. Опонент, якого слід було представити у негативному світлі, завдяки зусиллям промовця опинявся в невигідному контексті: чи то нечуваних біблійних подій, чи то непристойних міфічних розповідей античності. При чому інколи негативний біблійний персонаж чи міфічний герой був у більш вигідному становищі, аніж реальний чи уявний опонент промовця.

Прийоми втілення тактики дискредитації вкорінені в іншій мовній тактиці, винайденій античними риторами, а саме – тактиці зіставлення (σύγκρισις). Вона використовувалася для

створення градаційного фону з позитивним та негативним полюсом, на тлі яких зображувався герой (об'єкт уславлення) або його антагоніст чи опонент промовця (об'єкт дискредитації) [Аверинцев 1996, 163; Миллер 1991, 78–87].

Із погляду сучасних норм етики та правил поважного ведення диспуту, промова ранньохристиянського автора могла б здатися досить різкою й зухвалою. Зокрема, опонент може бути так представлений, що в очах слухача він здаватиметься гіршим за розпусних жителів Содому й Гоморри, Понтія Пілата, христопродавця Іуди, блудниць, фарисеїв та інших. Більше того, християнський проповідник був у вигідній позиції, адже Біблія й антична міфологія давала йому широкий матеріал для втілення дискредитації. Наприклад, Григорій Богослов у промові *"На честь Василя Великого"* порівнює єретиків з жителями Содому та Гоморри (Or. 43, 67; пор. Бут. 19:24-25), а імператора Валента, поборника аріанства, зіставляє зі злим демоном, який після вигнання з душі знову повертається до неї разом з сімома сильнішими духами (Or. 43, 44; пор. Лк. 11:24–26). Іоанн Златоуст у промові *"На честь мучеників Ювентина та Максиміна"* для дискредитації імператора Юліана звертається до біблійної історії про патріарха Йосипа, зіставляючи правителя з розпусною єгиптянкою: *"Як тоді єгиптянка, схопивши Йосипа у жіночій кімнаті, сподівалася у таємному місці сховатися від усіх людей, однак не сховалася не тільки від Невсипного Ока, а й від наступних людських поколінь, а те, що вона говорила Йосипу наодинці, стало відомим усьому всесвіту; так і цей [імператор] сподівався сховатися, говорячи у в'язниці через підісланих радників, однак не сховався, і всі потім зрозуміли його підступність та злі наміри, але, з іншого боку, побач і перемогу над ним, і трофеї"* (Juv. 3 PG 50, 576; пор. Бут. 39, 6–20).

Інколи християнський проповідник дискредитує опонента опосередковано. На перший погляд може здатися, що дискредитується зовсім інший персонаж, але шквал критики, направлений на останнього, обертається суцільною катастрофою для опонента промови. Наприклад, промова Іоанна Златоуста *"Про священномученика Вавилу"* хоча й має своїм предметом уславлення християнського святого, проте імпліцитно спрямована на дискредитацію імператора Юліана. Однак створення негативного образу правителя відбувається не через пряме зіставлення з біблійними грішниками чи давньогрецькими пройдисвітами, а через дискредитацію античних персонажів, якими цар захоплювався. Проповідник діє за принципом: "Скажи мені, хто твій друг, і я скажу,

хто ти". Отож, автору не бракує гострих слів при зображенні Юліанового улюбленця філософа Діогена з бочки: *"Коли Олександр Македонський, зустрівши Діогена під час походу на персів, запитав його, у чому він має потребу, то філософ відповів, що ні в чому, окрім того, щоб цар не затуляв йому сонце. Питається, чи не було краще тоді, одягнувши дорослий одяг, бути більш діяльним і попросити у царя щось корисніше, ніж сидіти у лахміттях на сонці, ніби мале немовля, яке годувальниця, вимивши і натерши олією, садить з тією ж метою, з якою сидів на сонці філософ, а саме, щоб жебракувати, ніби жалюгідна стара баба"* (De Bab. 46).

Автор не зупиняється навіть при описі непристойних вчинків, називаючи речі своїми іменами. Давньогрецькі філософи, якими захоплювався Юліан, представляються як розпусники та збоченці. При цьому автор навіює своїм слухачам думку про те, що імператор теж, можливо, один з них. Зокрема, Іоанн Златоуст глузує з Діогена, якого прославляв Юліан за його абстиненцію від сексу, і говорить, що він, справді, утримувався від тілесної близькості з жінками, проте *"привселюдно допомагав собі руками"* (De Bab. 46). Плеяду збоченців доповнюють стоїк Зенон, який напоумлював *"вступати у статевий зв'язок з матерями та сестрами"*, і Сократ, який вважав педерастію чимось священним та навіть мірою філософії (De Bab. 49).

У промові *"На честь Василя Великого"* Григорій Богослов дискредитує сучасних йому єпископів, порівнюючи їх з фіванськими велетнями такими словами: *"Предстоятель обирається занадто швидко, не відчувши тягар подвигів, будучи занадто незрілим,* ***не встигнувши бути посіяним, як уже виріс подібно до того, як розповідає міф про велетнів.*** *Ми поспішаємо негайно проголосити їх святими і наказуємо їм бути мудрими незважаючи на те, що вони не навчалися і не володіють нічим глибоким та суттєвим, окрім голого бажання"* (Or. 43, 26). Згідно з давньогрецьким міфом Кадм при заснуванні Фів засіяв землю зубами вбитого дракона, з яких одразу постали велетенські воїни, що почали вбивати один одного. Як бачимо, Григорій Богослов досить сміливо порівнює вище духовенство з міфічними чудовиськами.

Зіставляючи промови та публічні висловлювання сучасних релігійних діячів, можна зробити спостереження, що з одного боку дискредитація опонентів набула софістичного та іронічно-саркастичного, почасти завуальованого характеру, адже кодекс етичних правил публічних висловлювань (за які можна постати навіть перед законом) не дає можливостей висловитися прямо і гостро. З іншого

боку, сучасні церковні промовці продовжують традицію звертання до прецедентних текстів та імен для дискредитації опонентів, причому арсенал інтертексту помітно розширився: тут не лише Біблія, але й промови відомих історичних діячів, документи, літературні твори тощо. Наскільки гарно й тонко може релігійний промовець втілити дискредитацію опонента, при цьому зберігши лице, залежить від його ерудиції та майстерності елокуції.

Показовим звертанням до біблійного інтертексту для дискредитації відомого політичного діяча є публічна заява патріарха Філарета, опублікована 5 вересня 2014 р. на офіційному сайті УПЦ КП, у якій Володимир Путін називається Новим Каїном та Іудою Іскаріотом, у якого вселився сатана: *"З великим жалем зобов'язаний нині вголос сказати, що серед правителів світу цього, які за фактом хрещення належать до Православної Церкви, виявися справжній* ***новий Каїн*** *– не по імені, але по справах... Він називає себе братом для українського народу, але насправді він за ділами своїми істинно став новим Каїном, проливаючи братню кров та брехнею обплутуючи весь світ...Раніше вже багато разів звучали публічно заклики до цього правителя та його поплічників – одуматися, припинити сіяння зла і смерті, розкаятися. Але здається, що він залишається глухим до цих закликів і лише примножує зло, бо в нього, як в* ***Іуду Іскаріота****, увійшов сатана"* (Новий Каїн, 5.09.2014). *Президент* Володимир Путін завдяки цим двом прецедентним іменам опиняється взагалі за межею злодіянь, адже в очах промовця що може бути гіршим за зраду Христа чи перше вбивство на землі.

У сучасному російському релігійному медіапросторі відомі своїми здібностями втілення тактики дискредитації троє інших промовців: протодиякон Андрій Кураєв, протоієрей Всеволод Чаплін та патріарх Кирило. Якщо висловлювання перших двох скандально відомі, то останній дискредитує більш тонко та завуальовано. Не розглядаючи інші способи втілення тактики дискредитації, ми зосереджуємося на використанні прецедентних текстів та імен для втілення цієї тактики.

Отож, нами було відібране публічне висловлювання Андрія Кураєва у *Livejournal*, у якому він вдається до алюзій на промову Беніто Муссоліні 1936 р. і Послання Президента Російської Федерації Володимира Путіна Федеральним зборам, дискредитуючи російського президента і виставляючи його у невигідному світлі, викриваючи, з одного боку, незнання ним історії, а з іншого – його імперські амбіції на рівні італійського дуче.

Показовим і дуже майстерним є введення у дискурс промови Б. Муссоліні. А. Кураєв знущається на словами В. Путіна *"отныне и навсегда"*, якими президент сповідує своє ставлення до сакральності Херсонеса для *"русского мира"*. За словами В. Путіна, *"именно здесь, в Крыму, в древнем Херсонесе, или, как называли его русские летописцы, Корсуни, принял крещение князь Владимир, а затем и крестил всю Русь... И именно на этой духовной почве наши предки впервые и навсегда осознали себя единым народом. И это даёт нам все основания сказать, что для России Крым, древняя Корсунь, Херсонес, Севастополь имеют огромное цивилизационное и сакральное значение. Так же, как Храмовая гора в Иерусалиме для тех, кто исповедует ислам или иудаизм. Именно так мы и будем к этому относиться* ***отныне и навсегда"*** (Послание Президента, 4.12.2014).

Протодиякон цитує уривок Муссоліні з промови 9 травня 1936 р., у якій дуче проголошує відновлення *"римского мира"*: *"Эфиопия* ***отныне и навсегда*** *принадлежит Италии, вновь ставшей тем, чем она была во времена Юлия Цезаря, Октавиана Августа и Вергилия"* (Св. Владимир, Путин и Херсонес, 8.12.2014). А далі автор проводить паралель між висловлюваннями Володимира Путіна та Беніто Муссоліні, акцентуючи увагу на вислові *"отныне и навсегда"*: *"Слово "навсегда" как-то сразу подрывает доверие к тексту. Лишь Бог из Своей Вечности может говорить "это – навсегда!". А в человеческой истории границы и союзы склонны меняться"* (Св. Владимир, Путин и Херсонес, 8.12.2014).

Критикуючи необачне використання літописних текстів, зокрема, те, що Володимир хрестився в Херсонесі, та ігнорування історичних фактів про хрещення князя в Києві, протодиякон кількома реченнями дискредитує усіх спічрайтерів Володимира Путіна: *"История это не газопровод. Попытка провести историческую линию от Херсонеса до Москвы, тщательно обходя Киев, слишком уж фантастична. Раздумья над этим фрагментом послания президента ставят меня перед выбором: или придется считать, что президентские спичрайтеры набраны из безнадежных троечников, или же придется прийти к выводу о том, что эта экскурсия велась для колхозников"* (Св. Владимир, Путин и Херсонес, 8.12.2014).

Введення прецедентних імен та текстів Третього Рейху стало тепер на часі у промовах та програмних текстах релігійних діячів. Зокрема, недавня зустріч патріарха Кирила та папи Франциска на Кубі (12.02.2016), підсумки якої втілені у спільній декларації, отримала шквал критики у промовах та заявах Київського Патріархату шляхом

зіставлення її з документами Мюнхенської змови 1938 р. (Щодо Гаванської Декларації, 15.02.2016). Цікаво, що деякі політичні оглядачі порівнюють цю декларацію з пактом Молотова – Ріббентропа (Заява Папи й Кирила, 13.02.2016). Згідно з таким втіленням тактики дискредитації, в аудиторії виникає питання папа Франциск – це Й. фон Ріббентроп, а патріарх Кирило – В. Молотов?

Отож, слід зробити висновок, що тактика дискредитації була улюбленою у виголошенні промови чи веденні полемічного диспуту в релігійному просторі. Одним із засобів утілення цієї тактики як для давніх, так і для сучасних промовців було звертання до прецедентних текстів та імен. Для перших століть християнства це були Біблія та античні твори, однак у XXI ст. внаслідок безкінечного помноження інформації та створення людством великої кількості прецедентних імен і висловлювань, арсенал когнітивно значимих текстів значно розширився. Крім того, і для Отців Церкви, і для сучасних релігійних діячів улюбленими об'єктами дискредитації є політичні діячі й релігійні лідери, представлення яких у негативному тлі завжди прагматично обґрунтоване чи то відстоюванням основ віровчення та прав Церкви, чи то захистом держави та її інформаційного простору.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Аверинцев С. С*. Риторика и истоки европейской литературной традиции / С. С. Аверинцев. – М. : Школа "Языки русской культуры", 1996.

2. *Миллер Т. А*. От поэзии к прозе (Риторическая проза Горгия и Исократа) / Т. А. Миллер // Античная поэтика: Риторическая теория и литературная практика. – М. : Наука, 1991. – С. 60–105.

3. *Gregoire de Nazianze*. Discours 42–43 / Gregoire de Nazianze; Introduction, Texte Critique, Traduction et Notes par J. Bernardi. – Paris : Les Editions Du Serf, 1992. – № 384.

4. *Jean Chrysostome*. Discours sur Babylas. Homelie sur Babylas / Jean Chrysostome; Introduction, Texte Critique, Traduction et Notes par M. A. Schatkin, C. Blanc, B. Grillet et J.-N. Guinot. – Paris : Les Editions Du Serf, 1990.

5. *Novum Testamentum Craece et Latine* / ed. Eb. Nestle, Er. Nestle, B. Alland, K. Alland, J. Karavidopoulos, C. Martini, B. Metzger. – 27-th. rev. ed. – Stuttgart: Deutsche Bibelgesellschaft, 2002.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. "Заява Папи й Кирила – це гірше, ніж пакт Молотова-Ріббентропа. Це як Андрусівська угода 1667" – історик [Електронний ресурс] // Новинарня. – Режим доступу від 1.04.2016: http://novynarnia.com/2016/02/13/zayava-papi-y-kirila-tse-girshe-nizh-pakt-molotova-ribbentropa-tse-yak-andrusivska-ugoda-1667-istorik. – Назва з екрану. – Дата публікації: 13.02.2016.

2. Св. Владимир, Путин и Херсонес [Електронний ресурс] // Livejournal диакона Андрея Кураева. – Режим доступу від 1.04.2016: http://diak-kuraev.livejournal.com/722637.html. – Назва з екрану. – Дата публікації: 8.12.2014.

3. Новий Каїн. Заява Патріарха Київського і всієї Руси-України Філарета [Електронний ресурс] // Офіційний веб-сайт "Церква.info". – Режим доступу від 1.04.2016**:** http://www.cerkva.info/uk/patrposlannia/5417-new-kain.html. – Назва з екрану. – Дата публікації: 5.09.2014.

4. Послание Президента Федеральному Собранию 4 декабря 2014 г. [Електронний ресурс]. – Режим доступу від 1.04.2016: http://kremlin.ru/events/president/news/47173. – Назва з екрану. – Дата публікації: 4.12.2014.

5. Щодо Гаванської Декларації. Заява Прес-центру Київської Патріархії [Електронний ресурс] // Офіційний веб-сайт "Церква.info". – Режим доступу від 1.04.2016: http://www.cerkva.info/uk/publications/articles/8094-habana-decl.html. – Назва з екрану.

Стаття надійшла до редколегії 18.02.2016 р.

Левко А. В., канд. филол. наук, доц.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

ТАКТИКА ДИСКРЕДИТАЦИИ В РЕЛИГИОЗНЫХ ТЕКСТАХ АНТИЧНОСТИ И СОВРЕМЕННОСТИ (НА МАТЕРИАЛЕ ДРЕВНЕГРЕЧЕСКОГО, УКРАИНСКОГО И РУССКОГО ЯЗЫКОВ)

Исследованы в сравнительном аспекте приемы реализации тактики дискредитации в ораторских произведениях Отцов Церкви IV ст. (Григорий Богослов и Иоанн Златоуст) и медиатекстах современных украинских и русских религиозных деятелей (патриарх Филарет и протодиакон Андрей Кураев), установлены прецедентные тексты, к которым обращаются авторы с целью дискредитации оппонентов, которыми, как правило, являются, политические и религиозные лидеры.

Ключевые слова: *тактика дискредитации, прецедентный текст, греческая патристика, религиозный медиадискурс.*

Levko O. V., PhD, Associate Professor,
Taras Shevchenko National University of Kyiv

DISCREDITING TACTICS IN RELIGIOUS TEXTS OF THE ANCIENT TIMES AND THE MODERN TIMES (BASED ON ANCIENT GREEK, UKRAINIAN AND RUSSIAN)

The article investigates the methods of implementation of discrediting tactics in the speeches of the Church Fathers of the 4th century (Gregory the Theologian and John Chrysostom) in comparison to the media texts of modern Ukrainian and Russian religious figures (patriarch Filaret and protodeacon Andrey Kuraev), while also identifying the precedent texts that authors address with the aim of discrediting their opponents, mostly represented by political and religious leaders.

Keywords: *discrediting tactics, precedent text, the Greek patristics, religious media discourse.*

УДК 811.111'342'42

Лисенко К. В., асп.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ТЕМПОРАЛЬНІ ТА ПАУЗАЛЬНІ АСПЕКТИ ПРОСОДІЇ ЕМОЦІЙНО НАСИЧЕНИХ ФРАГМЕНТІВ ПУБЛІЧНОГО ВИСТУПУ В ТЕАТРАЛЬНІЙ РАДІОПОСТАНОВЦІ (ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНО-ФОНЕТИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ НА МАТЕРІАЛІ АУДІОЗАПИСІВ РАДІОВИСТАВ)

На матеріалі аудіозаписів одного з монологів п'єси Шекспіра "Річард II", виконаних у різні історичні періоди, за допомогою компаративного аналізу розглянуто показники тривалості фонації й паузації чотирьох мовців-акторів, виконавців цієї ролі та виявлено як інваріантність, так і значну варіативність вищезазначених показників. Роботу виконано в руслі функціональної парадигми, що інтегрує соціолого-психологічні, фоностилістичні та когнітивно-прагматичні підходи до вивчення функціонування мовних одиниць у дискурсі англомовного аудіоспектаклю.

***Ключові слова**: інтонологія, фоностилістика, риторика, темпоральність, маркер емоційності, абсолютний акустичний маркер тривалості пауз.*

Експериментально-фонетичне дослідження інтонації усного мовлення є одним з актуальних напрямів сучасної лінгвістики. Інтонація постає як засіб цілеспрямованого кодування інформації [3], [8], [13], [16], [20], впливу на адресата [1], [9], [19], [21], вираження емоцій [6], [22].

Провідні українські фонетисти розглядали сегментний рівень та інтонацію, дотримуючись різних підходів: соціокомунікативного [13], [16], комунікативно-функціонального [5], [8], комунікативно-прагматичного [15], [18], [10], і комунікативно-динамічного підходів [4].

Разом із тим діахронному підходу до вивчення просодичних параметрів реалізацій драматичних творів відведено недостатньо уваги. Теоретичне обґрунтування та практична розробка різних аспектів просодичної організації драматичних творів у реалізаціях різних виконавців у діахронії є актуальною та маловивченою проблемою.

Практична цінність дослідження зумовила можливість використання його результатів у практиці викладання теоретичного (розділи "Просодія дискурсу", "Фоностилістика", "Риторична фонетика", "Інтонологія") і практичного курсу англійської мови.

Дослідження присвячене порівняльному аналізу чотирьох варіантів аудіозаписів монологу п'єси В. Шекспіра "Ричард II", у виконанні акторами Орсоном Велсом (Orson Welles, 1944 р.), Майклом Редгрейвом (Michael Redgrave, 1962 р.), Річардом Бертоном (Richard Burton, 1980-ті рр.) і Рупертом Грейвзом (RupertGraves, 2002 р.) для виявлення інваріантних і варіативних ознак у плані просодичного оформлення з метою визначення особливостей паузаційних і темпоральних характеристик певних найбільш емоційно напружених фрагментів монологу: "Of comfort no man speak". Аналіз проводився за допомогою програми SpeechAnalyzer 3.0.1.

Спроби аналізувати аудіозаписи з голосами поетів, акторів, читців робилися неодноразово. Особливо великий внесок у цю справу зробив С. І. Бернштейн. "Феномени звучання за природою своєю скороминущі, вони не зберігаються, якщо їх не перетворити в матеріальну річ, за допомогою запису. Наш час із колосальною швидкістю витісняє з життя велику кількість йогозвукових проявів, замінюючи їх новими звучаннями. Як старе, так і нове потребує фіксації" [2].

Аудіозаписи дозволяють досліджувати інтонаційно-мелодичні, емоційно-експресивні, темброві закономірності мовлення, що, поряд із фонетичними, орфоепічними особливостями його сценічного звучання, відкривають можливості для визначення стилю сценічного мовлення.

Мовленнєва техніка драматичного актора складається з декількох компонентів: голос, дикція, вимова, дихання, особистіснііінтонаційно-мелодичні особливості мовлення, прийоми ритмічної організації авторського тексту. Ці технічні компоненти, кожен окремо і усі разом, мають певну міру виразності та відрізняють одну голосо-мовленнєву систему від іншої, інтонаційні малюнки одного актора від інтонаційних малюнків інших акторів та виділяють його з традиційної системи сценічних інтонацій в певний часовий період.

Оскільки ХХ ст. справедливо вважають часом режисерського театру, творчість актора неможливо розглядати без урахування впливу режисерської концепції на стиль акторської вимови. Режисери – це представники певного театрального напряму, що корелює з певною естетичною моделлю або усталеними театральними традиціями. Це безпосередньо впливає на створення сценічного образу, а інколи і повністю визначає стиль виконання.

Кожен із факторів, що впливає на стиль мовлення, є визначальним, отже при аналізі стилю сценічного мовлення необхідною умовою є точна уява про ступінь впливу зовнішніх та внутрішніх факторів.

Якщо виконання акторів, що репрезентують реалістичну лінію в сценічному мистецтві, просякнуте бажанням розкрити психологічну основу п'єси та сценічного образу, то актори класичного напрямку цього зазвичай не прагнули. Вони мали володіти прийомами декламації, вміти за певними канонами модулювати свій голос залежно від почуттів, які необхідно передати, знати, які жести слугують для демонстрації певного стану героя, навчитись гарно рухатися по сцені, тобто вміти показати зовнішню, умовну форму "пристрасті", спосіб висловлення якої на сцені був завжди твердо зафіксований.

Отже, надаючи своїм героям рис монументальної шляхетності, актори часто нехтували привнесенням "нагально-людського" як у форму образу, так і його мовленнєвий узус[11].

Кожен літератор творить у певну, небайдужу щодо стилю, епоху і відбудовує в своєму творі певний час (теперішній, минулий або фантастичний). Не відчувати впливу стильового поля свого часу неможливо. Мовленнєвий стиль визначається комбінаціями голосо-мовленнєвих характеристик: звуко-частотних, динамічних, темпо-ритмічних, тембрально-акустичних, тобто розмахом або компактністю голосових засобів; схильністю до мовленнєвої характерності або її відсутності; орфоепічною гнучкістю або негнучкістю, тобто інваріантною вимовою звуків або варіативністю, залежно від сценічних завдань.

Проведене дослідження присвячене вивченню взаємозв'язку та взаємовпливу найбільш напружених в емоційному плані фрагментів драматичного монологу В. Шекспіра "Of comfort no man speak" (із п'єси "Ричард II")зі змінами основних показників просодичного оформлення цих фрагментів. Основну увагу було приділено темпоральним показникам виконання монологу різними акторами.

Пауза займає серед компонентів інтонації особливе місце. Як функціонально надсегментне явище, вона є особливим, "порожнім",сегментом. Частіше за все пауза визначається як перерва у фонації на певний (зазвичай доволі довгий) час. Пауза (від лат.pausis – зупинка, припинення) розуміється як "зупинка в мовленні, акустичним корелятом якої є відсутність звуку, а фізіологічно – зупинка в роботі мовленнєвих органів"[14].

Залежно від локалізації, у мовленні виділяють між-синтагматичну та внутрішньо-синтагматичну, або логічну паузи. Між-синтагматична пауза відділяє одну синтагму від іншої та знаходиться між словами, що характеризуються найменш тісним тематичним зв'язком. Внутрішньо-синтагматична, або логічна пауза, зустрічається всередині синтагми, слугує меті виділення певного члена речення та розділяє мовлення на логічні (смислові) відрізки. Логічна пауза може бути як об'єднувальною, так і роз'єднувальною. Об'єднувальна пауза слідує за підвищенням тону, а роз'єднувальна – за зниженням тону.

Також виділяють паузи невпевненості, або хезітації – які можуть бути як між-синтагматичними, так і внутрішньо-синтагматичними. Під паузами невпевненості розуміють момент у породженні висловлювання, коли мовець уповільнює свою промову в пошуках наступного слова або синтаксичної конструкції. На відміну від пауз невпевненості, логічні паузи, як правило, завершують синтагму, фразу або надфразове єднання, приєднуються до попереднього висловлювання, у той час як паузи невпевненості частіше відносяться до частини висловлювання, що слідує за паузою.

Між-синтагматичні та внутрішньо-синтагматичніпаузи можуть бути як синтаксично обумовленими, так і синтаксично необумовленими. Синтаксично обумовлене членування відповідає логіко-синтаксичній структурі висловлювання, тому межі семантико-синтаксичних єднань інтонаційно маркуються. Синтаксично необумовлене членування не відбиває семантико-синтаксичних зв'язків висловлювання й може втілюватись або в інтонаційному об'єднанні декількох синтаксичних цілих в одну синтагму, або в інтонаційному розділенні однієї семантико-синтаксичної єдності на декілька синтагм. Інтонаційно-синтаксична логічна пауза розділяє мовлення на мовленнєві такти у відповідності зі смисловими та граматичними зв'язками між словами.

Серед просодичних засобів, що зумовлюють феномен паузи, що сприймається на слух, перше місце посідає фізична пауза – перерва в мовленнєвому континуумі, коли амплітуда звукового тиску мовного сигналу дорівнює нулю. Фізична пауза є універсальним і найбільш надійним засобом макросегментації мовлення що звучить, за умови, що тривалість часової перерви сягає меж, які забезпечують можливість його сприйняття людським слуховим апаратом.

Для більшості пауз, за висновками дослідників, типовим є такий набір просодичних параметрів: високе значення тривалості перерви фонації, значні зміни ЧОТ та амплітуди інтенсивності. Представлений набір параметрів визначає, як правило, межі завершених висловлювань [12].

Певний вплив на якісні показники пауз у мовленні мають також фоно-стилістичні особливості тексту, і, у першу чергу, пов'язані з ними темпові характеристики. Виділені параметри, що забезпечують різний ступінь розпізнавання пауз у мовленні:

Високий ступінь розпізнавання –тривалість більша 600 мс;

Середній ступінь розпізнавання – 400–600 мс;

Низький ступінь розпізнавання – менше 400 мс.

Найпоширенішимиіз класифікацій пауз за їхньою тривалістю є розмежування на: а) короткі й довготривалі; б)короткі, середні та тривалі. Крім того, може бути дрібніша класифікація – в) дуже короткі, середні, довгі та дуже довгі;

Класифікація пауз за їхньою тривалістю тісно пов'язана з їхньою дистрибуцією в тексті та темповими характеристиками тексту. Швидкий темп містить меншу кількість пауз, натомість повільний темп характеризується як власне повільним вимовлянням слів, так і тривалішими паузами. Вважається, що довгі паузи чергуються з короткими відрізками звучання, і, навпаки, триваліші відрізки фонації комбінуються з короткими паузами.

Темп, як бачимо, як просодичний елемент є невід'ємною частиною комунікації. Він корелює із семантикою висловлювання і є стилістично зумовленим, характеризуючи швидкість реалізації певних програм у часовому просторі, кожна з яких відповідає мовним конструкціям.Синтагми, що несуть внутрішню емоційну напругу, приховані та стримувані емоції, тяжіють до змін темпу – як до уповільнення, так і до прискорення мовлення. За рахунок зменшення тривалості ненаголошених голосних швидке мовлення стає більш насичено консонантизованим, а повільне – більш вокалізованим. Відбувається так звана "руйнація" як голосних, так і приголосних звуків під впливом надшвидкого темпу, що, у свою чергу, призводить до появи великої кількості алофонів.

Одна з основних функцій темпу полягає в розрізненні ступеня важливості інформаційних одиниць у повідомленні. Глобальний дискурс темпу мовлення як лінійної послідовності фонацій та пауз, на думку Ю.О. Дубовського [6], лише дистантно корелює з пофразовим сприйняттям темпу.

Подібне дослідження дозволяє заглибитись у діахронічні аспекти специфіки досліджуваних варіантів реалізації тексту, зокрема темпоральних характеристик просодії монологу драматичними акторами різних років.

Пригадаймо ключові події, що відбуваються напередодні. Король Ричард разом із двоюрідним братом Едвардом повертається після придушення повстання в Ірландії і з'ясовує, що їхній кузен Генрі Болінброк, якого Ричард перед тим покарав, виславши з країни, вторгнувся в Англію. Болінброк вимагає скасування наказу про вислання з країни і повернення конфіскованого майна. Проте насправді він із військом вже окупував частину Англії і претендує на трон. Ричард розуміє, що його зрадили.

Краса та ефектність промови Ричарда перш за все проявляється у використанні точних емоційних метафор, наприклад:

Make dust our paper, and with rainy eyes / write sorrow on the bosom of the earth;

What can we bequeath / Save our deposed bodies to the ground?;

Within the hollow crown /that rounds the mortal temples of a King / Keeps Death his court;

The antic sits and …comes at the last and with a little pin / bores through his castle wall, and farewell king!

Шекспір у цьому монолозі використовує, крім метафори, такі прийоми, як персоніфікація, метонімія, повтор і порівняльні звороти, для підсилення експресивності й міцного емоційного впливу.

Основою для розбивки аналізованих фрагментів на паузи стала реалізація монологу Актором 1 (Orson Welles), із якою проводився порівняльний аналіз виконань трьох інших Акторів – (Michael Redgrave, Richard Burton та Rupert Graves), далі позначених як Актор 2, Актор 3 та Актор 4.

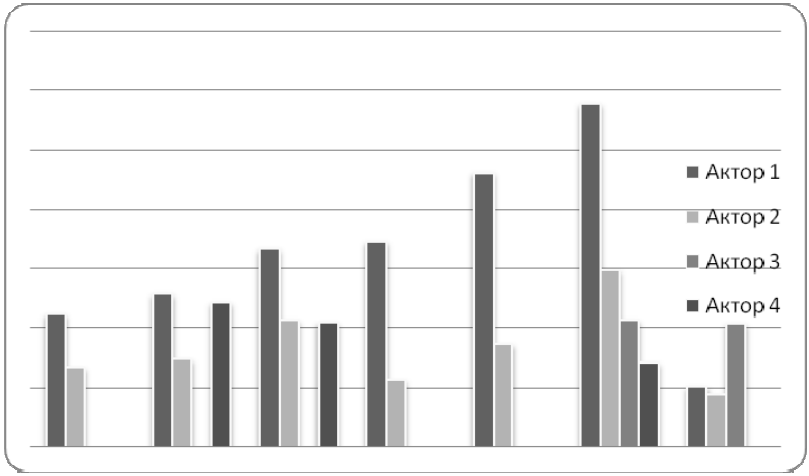
Розгляньмо фінальний фрагмент монологу, який є надзвичайно напруженим емоційно:

As if this flesh which walls about our life, (пауза 1)
were brass impregnable, (пауза 2)
And humour'd thus (пауза 3)
comes at the last,(пауза 4) *And with a little pin* (пауза 5)
'bores through his castle wall, (пауза 6)
and farewell (пауза 7) *king!*

Таблиця 1

Показники тривалості пауз аналізованих категорій мовців у фінальній частині монологу

Пауза № / Категорія мовця	Пауза 1	Пауза 2	Пауза 3	Пауза 4	Пауза 5	Пауза 6	Пауза 7
Актор 1	1,12	1,29	1,67	1,73	2,31	2,89	0,51
Актор 2	0,67	0.74	1,07	0,56	0,87	1,49	0,44
Актор 3	-	-	-	-	-	1,07	1,04
Актор 4	-	1,22	1,05	-	-	0,71	-



У реалізаціях Акторів у цій частині стосовно паузацій і темпорального оформлення спостерігаємо наступну варіативність. Пікові значення тривалості пауз фінальної частини монологу перед останнім словом *farewell, /// king!* (пауза 7) у Актора 3 більш ніж вдвічі більші від порівняльних показників решти акторів.

Актори 1 і 2 роблять перерву в фонації на першій паузі, при чому в Актора 1 вона значно довша – 1.12 сек., порівняно з 0.67 с. у Актора 2. Актори 3 і 4 взагалі не роблять зупинки у звучанні на першій паузі, Актор 3 на другій і наступних паузах, роблячи перерву в фонації лише наприкінці – у шостій і сьомій паузі – довжиною 1.07 та 1.04 секунд. Актор 1 робить довші паузи ніж Актор 2 (див. таблицю 1). Актор 4 робить Паузу 2, 3 та одну із фінальних пауз.

Як бачимо, остання пауза є найдовшою у Актора 3, який не використовував перерви в фонації аж до кінця, де скористався контрастною паузою і, таким чином, на контрасті добився своєрідної емоційної напруги. Актор 3 досить революційно підійшов до реалізації аналізованого фрагмента, в тому що він у певних випадках практично зруйнував перерви у фонації, які б мали звучати хоча б за правилами синтаксису. Відносно тривала пауза в Актора 3 лише у термінальній частині призводить до вибухового ефекту – він користується контрастом між прискореною та немов невиразною ініціальною частиною монологу без фактичних перерв у фонації та несподіваною, приголомшливою паузою, за якою особливо виразно звучать фінальні слова.

На перцептивному рівні та при порівнянні замірів тривалості фонації акторських виконань можемо зробити висновок, що Актор 1 частіше користується довгими та наддовгими паузами – до 2,89 с. Натомість Актор 3, попри практичну відмову від традиційної паузації, лише в термінальному фрагменті на контрасті скористався наддовгою паузою – 1.04 секунд, чим по-своєму підсилив емоційний вплив.

Загалом тривалість фонації монологу також є варіативною: максимальною вона є в Актора 1, при максимальній інтенсивності звучання (див. Табл. 2).

Порівняймо показники співвідношення параметрів тривалості звучання в реалізаціях аналізованих виконань і максимальної інтенсивності в монолозі.

Таблиця2

Показники співвідношення просодичних параметрів тривалості звучання та максимальної інтенсивності звучання в цьому монолозі

Категорія мовця	Тривалість звучання монологу	Максимальний ЧОТ
Актор 1	2:18 хв	–1,0 dB
Актор 2	1:40 хв	–8,6 dB
Актор 3	1:18 хв	–4,6 dB
Актор 4	1:37 хв	–8,3 dB

На перцептивному рівні представлений експресивно насичений фрагмент виділяється, насамперед, підсиленням гучності (Актор 2), уповільненням темпу (Актор 1) і своєрідною мелодикою – виразними підйомами кута мелодійного тону (Актор 1).

Проведений аналіз засвідчив наявність просодично виділених лексем, які є водночас і семантично ключовими одиницями, що формують його семантичну сітку: Це лексеми: rainy eyes, wills, Bolingbroke, poison'd, (Актор 1), within the hollow crown, all are Bolingbroke, Keeps death his court (Актор 2) і humored thus (Актор 3). У відповідних виконавців спостерігаємо саме тут пік підйому інтенсивності.

Загалом просодичне оформлення аналізованого монологу характеризується значно вираженою гетерогенною структурою. Варіації темпу в акторів є відчутними як при перцепції, так і при електроакустичному аналізі, що свідчить про динаміку змін фонаційної тривалості в аналізованих фрагментах мовців-акторів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Беличенко Л. Г.* Роль и место просодии в системе средств речевого воздействия (экспериментально-фонетическое исследование на материале английских публицистических текстов политического характера) : автореф. дис. на соиск. ученой степени канд. филол. наук: спец. 10.02.04 "Германские языки" / Л. Г. Беличенко. – М., 1990.

2. *Бернштейн С. И.* Вопросы обучения произношению (применительно к преподаванию русского языка иностранцам). Сб.: Вопросы фонетики и обучения произношению. – М. : Изд-во Московского ун-та, 1975. – С. 5–49.

3. *Валігура О. Р.* Лінгвокогнітивні і комунікативні основи фонетичної інтерференції (експериментально-фонетичне дослідження англійського мовлення українців) : автореф. дис. ... д-ра філол. наук : 10.02.04, 10.02.15 / О. Р. Валігура. – К. : Київ. нац. лінгвістичний ун-т, 2010.

4. *Дацька Т. О.* Динаміка фонетичної структури слова в аспекті сучасної американської вимовної норми (на матеріалі лексикографічних джерел) : дис... канд. філол. наук: 10.02.04 /. – К. : Київ. нац. лінгвістичний ун-т, 2002.

5. Фонетика англійської мови = Phoneticsof English : фоностилістика та риторика мовленєвої комунікації / М. П. Дворжецька, Т. В. Макухіна, Л. М. Велікова, Є. О. Снегірьова. – Вінниця : Нова Книга, 2005.

6. *Дубовський Ю. О.* Типология маркеров для анализа речевой просодии / Ю. А. Дубовский // Просодические средства организации стилистически различных текстов в современном английском языке. – М., 1985. – С. 120–131.

7. *Здоровова Б. Б.* Зависимость просодических элементов речи от ее темпа / Б. Б. Здоровова // Актуальные вопросы интонации : сб. науч. тр. – М. : Ун-т дружбы народов, 1984.

8. *Калита А. А.* Фонетичні засоби актуалізації смислу англійського емоційного висловлювання : дис. д-ра філол. наук /А. А. Калита. – К. : Київ. держ. лінгв. ун-т, 2001.

9. *Кантер Л. О.* Системный анализ речевой интонации / Л. А. Кантер. – М. : Высшая школа, 1988.

10. *Ланчуковська Н. В.* Прагматичний аспект інтонації в реалізації іронії в англомовному художньому тексті (експериментально-фонетичне дослідження) : автореф. дис... канд. філол. наук : 10.02.04 / Н. В. Ланчуковська. – О. : Одеський нац. ун-т ім. І. І. Мечникова, 2003.

11. *Минц Н. В*. Дэвид Гаррик и театр его времени / Н. В. Минц. – М. : Искусство, 1977. – С. 128.

12. *Потапова Р. К.* Речевая коммуникация: От звука к высказыванию / Р. К. Потапова, В. В. Потапов. – М. : Языки славянских культур, 2012.

13. *Прокопова Л. І.* Вплив швидкості мовлення на формантну характеристику голосних у німецькій мові [Електронний ресурс] / Л. Прокопова // Мовні і концептуальні картини світу. – 2013. – Вип. 43(3). – С. 294–296.

14. *Светозарова Н. Д.* Синтагма / Лингвистический енциклопедический словарь. – М. : Сов. энциклопедия, 1993. – С. 369.

15. *Скробот А. І.* Функціональні особливості образної системи іспанської казки / А. І. Скробот // Наукові записки нац. ун-ту "Острозька академія". Серія : Філологічна. – 2014. – Вип. 48. – С. 111–112.

16. *Стеріополо О. І.* Стратегії, тактики та категорії спілкування /О. І. Стеріополо // Наук. вісн. Ізмаїльського держ. гум. ун-ту. – Ізмаїл, 2008. – Вип. 25. – С. 45–56.

17. *Цимбал А. Ю*. О паузальном компоненте интонации в английском академическом дискурсе (в норме и в условиях интерференции) / А. Ю. Цимбал // Известия высших учебных заведений. Сер. : Гуманитарные науки. – 2012. – Т. 3. – Вып. 2. – С. 143–148.

18. *Штакіна Л. О*. Просодична актуалізація концептуальної динаміки у художньому дискурсі / Л. О. Штакіна // Наукові записки. – Серія : Філологічні науки (Мовознавство). – Кіровоград, 2014. – Вип. 107 (2). – С. 392–399.

19. *Forms of English*: Accent, Morpheme, Order. Edited by Isamu Abe and Tetsuya Kanekiyo. Cambridge, Harvard University Press, Tokyo, Hokuou, 1965.

20. *Gruttenden A*. Intonation. – Cambridge : Cambridge University Press, 1997.

21. *Laver J*. The Phonetic Description of Voice Quality / John Laver. – Cambridge : Cambridge University Press, 1980.

22. *Kingdon R*. The groundwork of English intonation. – London : Longman, 1958.

Стаття надійшла до редколегії 20.04.2016 р.

Лысенко Е. В., асп.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

ТЕМПОРАЛЬНЫЕ И ПАЗУАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ПРОСОДИИ ЭМОЦИОНАЛЬНО НАСЫЩЕННЫХ ФРАГМЕНТОВ ПУБЛИЧНОГО ВЫСТУПЛЕНИЯ В ТЕАТРАЛЬНОЙ РАДИОПОСТАНОВКЕ (ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНО-ФОНЕТИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ НА МАТЕРИАЛЕ АУДИОЗАПИСЕЙ РАДИОСПЕКТАКЛЕЙ)

На материале аудиозаписей одного из монологов пьесы Шекспира "Ричард II", выполненных в разные исторические периоды, с помощью сравнительного анализа изучены показатели продолжительности фонации и паузации четырех актеров, исполнителей этой роли, и выявлены как инвариантность, так и значительная вариативность вышеупомянутых показателей. Работа выполнена в русле функциональной парадигмы, интегрирующей социолого-психологические, фоно-стилистические и когнитивно-прагматические подходы к изучению функционирования языковых единиц в дискурсе англоязычного аудиоспектакля.

Ключевые слова: *интонология, фоностилистика, риторика, темпоральность, мАркер эмоциональности, абсолютный акустический маркер продолжительности пауз.*

Lysenko K. V., postgraduate student
Taras Shevchenko National University of Kyiv

TEMPORAL AND PAUSATION ASPECTS OF PROSODY OF EMOTIONALLY RICH FRAGMENTS OF PUBLIC SPEECH IN THEATER RADIO PERFORMANCE (EXPERIMENTAL PHONETIC RESEARCH ON THE MATERIALS OF RADIO PERFORMANCE RECORDINGS)

Based on the comparative analysis of records of one of Shakespeare's monologues of the play "Richard II", indicators of phonation duration and pausation of the four actors' performing this part in different historical periods have been considered. Invariability, as well as considerable variability of abovementioned items have been identified. The work wascarried out within the functional paradigm integrating sociological, psychological, phono-stylistic and cognitive-pragmatic approaches to the study of language units functioning in the discourse of English audio performance.

Keywords:*intonology, phonostylistics, rhetoric, temporality, emotion marker, the absolute acoustic marker of pauses length.*

УДК 81'374.73'42

Літяга В. В., асп.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

КОНЦЕПТ LEPOUVOIR ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН (НА МАТЕРІАЛІ ФРАНЦУЗЬКИХ ЗМІ)

Присвячено аналізу концепту LEPOUVOIR у сучасних французьких засобах масової інформації, які описують міжнародні події. Узагальнено та проведено дефініційний аналіз лексеми LEPOUVOIR. Концепт також досліджено з погляду теорії міжнародних відносин. Розглянуто головні способи використання цього концепту в контексті дискурсу міжнародних відносин. Є основою для подальших наукових досліджень у напрямі вивчення концептосфери "міжнародні відносини".

Ключові слова: *концептосфера, концепт, сила, влада, дискурс міжнародних відносин, ЗМІ.*

Загальновідомо, що кожній нації притаманний свій національний світогляд, свої особливості сприйняття дійсності та своя певна система цінностей. Усе це відображається на унікальності та значущості тих чи інших концептів.

Дослідження концептів слід почати з аналізу словникових дефініцій у сучасних франкомовних тлумачних словниках. Аналіз даних лексикографічних джерел є важливим етапом дослідження концептів, оскільки вони дають інформацію про логічні компоненти змісту концептів і явища, що стоять за ключовими словами.

Аналіз лексем у сучасних лексикографічних джерелах через призму досліджених нами мовних контекстів, у яких ці субстантиви вживаються, дозволяє експлікувати об'єктивовані ними у французькій мові концептуальні структури.

У сфері дискурсу міжнародних відносин слід виділити, насамперед концепт LE POUVOIR (влада, сила). Г. Моргентау, основоположник напряму політичного реалізму, брав за основу будь-якого політичного процесу, включаючи й міжнародні відносини, "боротьбу за владу", ототожнюючи останню з "силою". Послідовники "політичного реалізму", як і давньогрецький історик Фукідід, якого вони вважають своїм попередником, основу міжнародних відносин бачать у "силових взаємодіях держав", причини яких знаходяться у сфері "національних інтересів" [12].

Цей концепт є базовим у сфері міжнародного політичного дискурсу, оскільки відображає його основну функцію – боротьбу за владу. На думку О. Й. Шейгал, проблема співвідношення мови та влади має два аспекти:

1) те, як влада осмислюється, концептуалізується мовою (влада як концепт);

2) те, як влада проявляється в мові (влада як дискурсивна категорія) [1].

Насамперед необхідно дати визначення поняттю "влада". Влада – це здатність і можливість здійснювати свою волю, впливати на діяльність і поведінку інших людей навіть усупереч їхньому спротиву. Суть влади не залежить від її основи. Здатність і можливість досягати своєї мети може базуватися на різних методах: демократичних і авторитарних, чесних і нечесних, насильстві й обмані, провокації, вимаганні, стимулюванні. Таким чином, влада необхідна для існування суспільства, а сутністю політичної влади є здатність впливати на інших людей. Далі був проведений дефініційний аналіз лексеми LE POUVOIR. Сама лексема LE POUVOIR досить широко використовується у франкомовному медійному дискурсі. В енциклопедичних словниках французької мови LE POUVOIR трактується як:

- Propriété, capacité qu'a quelque chose de produire certains effets ; grandeur correspondante : Pouvoir absorbant d'un tissu.
- Faculté, possibilité que quelqu'un ou quelque chose a de faire quelque chose : Il a un remarquable pouvoir d'adaptation.
- Puissance particulière de quelqu'un ou de quelque chose : Cette potion a un pouvoir magique.

- Ascendant de quelqu'un ou de quelque chose sur quelqu'un : Il n'avait plus aucun pouvoir sur son fils.
- Droit pour quelqu'un de faire telle chose par son statut : Le directeur a le pouvoir de vous renvoyer s'il le veut.
- Autorité, puissance de droit ou de fait, situation de ceux qui gouvernent, dirigent : L'exercice du pouvoir n'est pas facile.
- Les dirigeants eux-mêmes, le gouvernement : Vouloir renverser le pouvoir en place.
- Droit
- Aptitude légale ou conventionnelle à exercer tout ou partie des droits d'une autre personne et à agir pour son compte.
- Synonyme de procuration [7].

У тлумачних словниках LE POUVOIR визначається як:

дієслово:

1) avoir la possibilité, la capacité de
2) être en mesure de faire, être capable de faire
3) avoir le droit, l'autorisation de
4) risquer
5) être possible, être éventuellement
6) se pouvoir emploi pronominal
7) forme impersonnelle : il se peut, il est possible

іменник:

8) faculté, capacité, possibilité
9) droit de faire quelque chose
10) puissance, autorité, influence
11) (droit) mandat, procuration donnée par une personne à une autre pour qu'elle agisse en son nom
12) autorité politique, gouvernement
13) chacune des fonctions de l'État
14) autorité constituée
15) propriété d'une matière, d'un corps [6].

Дефініційний аналіз дозволяє виявити такі базові значення лексеми:

1) possibilité que quelqu'un ou quelque chose a de faire quelque chose;
2) autorité, puissance de droit ou de fait;
3) les fonctions de l'État.

Результати аналізу можна представити у вигляді такої схеми:

Влада у дискурсі міжнародних відносин може виступати в різних якостях: як змістовна, когнітивна, соціолінгвістична, риторична і прагматична категорія. Влада як змістовна категорія виступає як прояв мовної концептуалізації влади. Концепт LE POUVOIRяк об'єкт рефлексії є дуже важливим для міжнародного політичного дискурсу. Влада як в абстрактному сенсі, так і в значенні "конкретні представники влади певної держави" нерідко виступає в якості об'єкта осмислення, інтерпретації і критики.

Слід розглянути окремо випадки вживання концепту LE POUVOIR, де в ньому переважає одне з трьох значень – *l'autorité*, *le contrôle*, *l'influence*.

У значенні *l'autorité* концепт LE POUVOIR може вживатися у такому медійному контексті:

Quatre ans plus tard, le député d'extrême gauche Félicité de Lamennais fait l'expérience d'une autre forme de censure économique au lendemain du massacre des insurgés de juin 1848 par le nouveau pouvoir républicain, qui a pourtant proclamé la liberté de la presse au début de la révolution[5].

Саме в цьому значенні найчастіше вживається лексема LE POUVOIR, як влада, яка має свій авторитет і вплив. У наведеному прикладі – нова республіканська влада, яка на самому початку надала багато прав і свобод, а згодом розпочала криваві розправи над повстанцями і ввела економічні обмеження.

Installer une clôture en acier le long des frontières de son pays avec la Serbie et laCroatie a profité politiquement au premier ministre hongrois Viktor Orbán, tout comme l'annexion de la Crimée a consolidé le pouvoir de M. Poutine et la répression meurtrière des Kurdes, conforté le président turc Recep Tayyip Erdogan [14].

Із цього уривку можна зрозуміти скептичне ставлення автора до перших осіб Угорщини, Росії та Туреччини, політичні рішення яких є переважно популістськими й отримують повну під-

тримку народу цих країн. Один із яскравих прикладів використання концепту *consolider le pouvoir* – зміцнювати владу, вживається в контексті анексії Криму.

Le pouvoir turc a mené des opérations contre l'indépendance des médias ces derniers jours, à chaque fois à la veille des sommets européens [13].

У значенні *le contrôle*:

La politique en crise se retrouve devant cette impasse de l'impuissance de la puissance. Si l'on est contraint à tout changer, c'est qu'on a perdu le pouvoir [2].

Концепт LE POUVOIRвжито автором як синонім впливу, а саме втрати можливості впливати на хід подій.

Les auteurs reprochent à Xi Jinping d'avoir réalisé une "concentration excessive du pouvoir " dans ses mains, au mépris de " la tradition de direction collective du parti "[3].

Лідера КНР звинувачують у надмірній концентрації влади.

У значенні *l'influence*:

Misant sur une victoire rapide des nazis après la débandade des troupes françaises, Joseph Staline s'était donné pour objectif de consolider sa stature politique en prévision d'une conférence de paix qu'il imaginait devoir se tenir en 1942, et dont il espérait un bouleversement de l'équilibre des pouvoirs sur le continent européen[8].

Йосип Сталін сподівався на порушення балансу сил на європейському континенті. Головна мета балансу сил – запобігання домінуванню в міжнародній системі однієї або групи держав, забезпечення підтримки міжнародного порядку. У цьому контексті баланс сил розглядається як втрата впливу одних гравців на міжнародній арені на користь інших.

Спираючись на теорію міжнародних відносин, концепт LE POVOIRможна поділити на: "soft power"la capacité à modifier le comportement des autres nations, à leur imposer sa propre volonté par la négociation, la diplomatie ou la cooptation, par opposition au "hard power", ou "pouvoir de contraindre" qui use du recours à la force ou à la menace pour arriver aux mêmes fins. Le "hard power" traite surtout de la contrainte militaire et économique" [4]. Цікаво, що самі терміни "soft power" та "hard power", які було введено у 1990-х роках американським політологом, професором Гарвардського інституту Джозефом Наєм, залишаються незмінними та активно використовуються у французьких ЗМІ.

La visite à Cuba s'inscrirait alors dans la quête d'une autre irréversibilité: celle introduite par le soft power américain, la multiplication des liens et des échanges nourrissant un appétit de réformes auxquelles le régime ne pourra que se résoudre [9].

Головною перевагою "м'якої сили" держави Джозеф Най вважає здатність залучити іншу державу завдяки ціннісному змісту зовнішньої політики, а не простому набору матеріальних важелів впливу. Най розглядає три компоненти, за допомогою яких держава здатна впливати: культура (там, де вона популярна, як у випадку американської поп-культури або французької haute couture), цінності (причому не лише їхнє декларування, а й їх дотримання) і зовнішня політика як така [11].

Reine du " soft power ", elle a assis son rayonnement sur les valeurs qui la fondent : la tolérance, les droits de l'homme, la diversité [16].

Королевою "soft power" у Європі автор називає канцлера Німеччини Ангелу Меркель, яка використовує прийоми м'якої сили.

Слід зазначити, що термін "hard power" вживається набагато рідше у французькій пресі, ніж "soft power". Що пов'язано насамперед із сучасною світовою політикою, де ризики є настільки глобальними, що віддається перевага м'якій силі, а не жорсткій у системі впливу на інші держави.

Pour Fred Hof, le cas syrien est devenu un concentré chimiquement pur de la répugnance du président à recourir au hard power américain, une puissance militaire invariablement synonyme selon lui de perte de contrôle, de " mission creep " [10].

Face à cette tactique, la puissance militaire de l'OTAN, le hard power, ne suffit pas, souligne Robin Niblett, directeur de l'institut de recherche Chatham House, dans le Financial Times de vendredi [15].

Таким чином, відповідно до проведеного дослідження, ми дійшли висновку, що межі концепту LEPOUVOIR суттєво розширюються у дискурсі міжнародних відносин, що пов'язано із глобальними процесами сучасності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Шейгал Е. И.* Семиотика политического дискурса : монография / Е. И. Шейгал. – Волгоград : Перемена, 2000.

2. *Alain Garrigou*, Du neuf? // Le Monde Diplomatique, 4 janvier 2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://blog.mondediplo.net/2016-01-04-Du-neuf.

3. *Brice Pedroletti*, En Chine, disparition du journaliste Jia Jia // Le Monde.fr, 20.03.2016 à 09h39 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.lemonde.fr/recherche/#pD4CtrRXj1SPjVCD.99.

4. *Clémentine Bacri*, Le role de l'union européenne en tant qu'acteur international dans la promotion et la défense des droits de l'homme en Europe // Université de Reims Champagne Ardenne [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.memoireonline.com/11/07/719/m_role-ue-acteur-international-promotion-defense-droits-de-l-homme14.html#fn30.

5. *Dominique Pinsolle*, Poudre de l'histoire, étincelle du désir // Le Monde Diplomatique [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.monde-diplomatique.fr/mav/146/PINSOLLE/55095.

6. *Dictionnaire Français Définition* [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://dictionnaire.reverso.net/francais-definition/pouvoir.

7. *Encyclopédie Laroussee nligne* [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/pouvoir/63206?q=pouvoir#62496.

8. *Gabriel Gorodetsky*, Auxoriginesdusoutiensoviétique à Israël // Le Monde Diplomatique [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.monde-diplomatique.fr/2016/02/GORODETSKY/54697.

9. *Gilles Paris*, Barack Obama à Cuba pour rendre le rapprochement " irréversible " // LE MONDE, 19.03.2016 à 09h31 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.lemonde.fr/ameriques/article/2016/03/19/barack-obama-a-cuba-pour-rendre-le-rapprochement-irreversible_4886167_3222.html#pC5YbPw2CQzRSG8y.99.

10. *Gilles Paris*, Barack Obama, tout en retenue sur la crise syrienne // LE MONDE, le 18.10.2015 à 12h04 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.lemonde.fr/international/article/2015/10/16/barack-obama-tout-en-retenue-sur-la-crise-syrienne_4791335_3210.html#KKyHbIpewtuvsgLm.99.

11. *Joseph S. Nye Jr*. Soft Power [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.futurecasts.com/book%20review%206-4.htm.

12. *Morgentau H*. Politics Among Nations: The Struggle for Power and Peace / Hans Morgentau, Kenneth Thompson, David Clinton. – [5th edition]. – New York NY : Alfred A. Knopf, 1978. – 752 p.

13. *Nicolas Chapuis*, Crise migratoire : les Vingt-Huit s'accordent sur une "position commune" face à la Turquie // Le Monde.fr • Mis à jour le 18.03.2016 à 06h51 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.lemonde.fr/europe/article/2016/03/18/crise-migratoire-les-28-s-accordent-sur-une-position-commune-a-presenter-a-la-turquie_4885305_3214.html.

14. *SergeHalimi*, Deshommes à poigne // LeMondeDiplomatique[Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.monde-diplomatique.fr/2016/02/HALIMI/54696.

15. *Sylvie Kauffmann*, Le drame du MH 17 internationalise le conflit entre Russes et Ukrainiens // Le Monde.fr, le 21.07.2014 à 11h05 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.lemonde.fr/europe/article/2014/07/18/crash-du-mh17-un-tournant-dans-la-guerre-diplomatique-entre-moscou-et-l-ue_4459675_3214.html?xtmc=hard_power&xtcr=16.

16. *SylvieKauffmann*, Lesquatreplaiesdel'Europe // LEMONDE, le 12.03.2016 à 14h27 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.lemonde.fr/idees/article/2016/03/12/les-quatre-plaies-de-l-europe_4881587_3232.html#agQMrBkcX50M3WZi.99.

Стаття надійшла до редколегії 18.04.2016 р.

Литяга В. В., асп.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

КОНЦЕПТ LEPOUVOIR СКВОЗЬ ПРИЗМУ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ (НА МАТЕРИАЛЕ ФРАНЦУЗСКИХ СМИ)

Посвящена анализу концепта LEPOUVOIR в современных французских средствах массовой информации, которые описывают международные события. Обобщен и проведен дефиниційный анализ лексемы LEPOUVOIR. Концепт также исследован с точки зрения теории международных отношений. Рассмотрены основные способы использования данного концепта в контексте дискурса международных отношений. Данная статья создает основу для дальнейших научных исследований в направлении изучения концептосферы "международные отношения".

Ключевые слова: *концептосфера, концепт, сила, власть, дискурс международных отношений, СМИ.*

Litiaga V. V., postgraduate student
Taras Shevchenko National University of Kyiv

THE CONCEPT *LE POUVOIR* THROUGH THE LENS OF INTERNATIONAL RELATIONS (BASED ON THE FRENCH MEDIA)

The article analyzes the concept LE POUVOIR in modern French media that cover international events. An overview and definitional analysis of the lexeme LE POUVOIRhave been presented. The concept has beenalso studied in terms of the theory of international relations. The main uses of this concept in the context of the discourse of international relations have been considered. The article provides a basis for further research of the conceptual sphere "international relations".

Keywords: *conceptual sphere, concept, strength, power, discourse of international relations, the media.*

УДК 81'25:070:654.197:316.485.26

Максименко О. В., канд. філол. наук, доц.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ВИКЛАДАННЯ УСНОГО ПЕРЕКЛАДУ В УКРАЇНІ: МІЖНАРОДНИЙ І НАЦІОНАЛЬНИЙ КОНТЕКСТИ

Ідеться про виклики, перед якими постає викладання усного перекладу в Україні. Метою дослідження є показати, що мають братися до уваги не лише нові явища в конференційному перекладі та в інших видах глобалізованих послуг з усного перекладу. Аналіз свідчить, що соціальний та ідеологічний контексти міжмовної комунікації через загострення міжнародної ситуації, тероризм, кризу біженців, гібридну війну стають одними з найважливіших чинників, що впливатимуть на методологію й дидактику нових програм підготовки усних перекладачів у вищих навчальних закладах України.

***Ключові слова**: усний переклад в Україні, навчання усному перекладу, гібридна війна.*

Ситуація з усним перекладом в Україні розвивається динамічно, її характеризують певні протиріччя, які, разом із позитивними зрушеннями, також потребують уваги практиків, теоретиків, викладачів перекладу.

Ці контроверсійні явища, на наш погляд, пов'язані як із міжнародним, так і з внутрішньоукраїнським контекстом.

Як відомо, у 1953 р. було утворено AIIC (Association Internationale des Interprètesde Conférence), яка з того часу є єдиною репрезентативною для усних перекладачів усього світу міжнародною професійною інстанцією, беззаперечним міжнародним авторитетом в усіх фахових питаннях. AIIC розробила Деонтологічний кодекс професії, у якому ключове місце займає вимога дотримання принципу конфіденційності. AIIC визначає умови, у яких має працювати усний перекладач. Вона укладає угоди з провідними міжнародними організаціями (ООН, ЄС, ЮНЕСКО, ОБСЄ, РЄ й ін.). Вона щорічно друкує довідник членів AIIC (усвіті їх лише близько 3000), який дозволяє контактувати з ними та який є підтвердженням їхнього професійного рівня. AIIC дає визначення основним поняттям і термінам усного перекладу.

Таким чином, українським фахівцям є на що орієнтуватися, чим керуватися. Не маємо щось вигадувати, є загальноприйняті стандарти і практики. Попри те, що за наявною інформацією в Україні є поки що лише три члени AIIC, усний переклад останніми роками розвивається в нашій державі відповідно до тих трендів, які існують у світі. У нас, загалом, ті ж ситуації комунікації (міжнародні конференції, політичні перемовини, ділові зустрічі), перед нами ті ж виклики глобалізації, інтенсифікації міжнародної співпраці, появи новітніх технологій спілкування, еволюції медіаресурсів тощо. Утім, здається, що у сфері викладання усного перекладу (а чимало вишів запровадили цей напрям підготовки у відповідь на запити ринку і зацікавленість студентів) бракує одностайності в розумінні цілей вишколу усних перекладачів, методології і методик, міжнародних засад професії усного перекладача. Уніфікації та наближенню вишколу усних перекладачів до загальноприйнятих стандартів мало би, як здається, сприяти прийняття тих ключових принципів, на яких базується професія усного перекладача у сучасному світі.

Згідно з АІІС є три основні види усного перекладу: послідовний, синхронний і переклад з аркуша. Вони мають свої підвиди або "гібридні практики" (але видів є всього три, їх потрібно вивчати передусім, жоден із ключових видів не може бути замінений на один із підвидів). Для послідовного перекладу таким підвидом є, у першу чергу, так званий "контактний переклад" ("interprétationdeliaison"), для синхронного – це "шушотаж", "нашіптування" ("chuchotage") і "bidule". Якщо під час нашіптування перекладач сидить у залі поруч із одним-двома слухачами і синхронно пошепки їм перекладає, то у другому випадку це синхронний переклад без кабіни, з елементарним обладнанням (є навушники і мікрофон).

Вершиною професії є так званий "конференційний переклад" ("interprétationdeconférence"). Не йдеться саме про переклад конференцій. Конференційний переклад (зазвичай синхронний, але подекуди і послідовний) – це переклад зустрічей і форумів найвищого рівня, коли від перекладача вимагається максимум компетенції, а відповідальність за якість забезпечення комунікації надзвичайно висока.

У світі є усні перекладачі, які працюють на постійній основі, отримуючи зарплатню в міжнародних організаціях (в Україні таких одиниці), а є так звані free lancers, які мають належний рівень професіоналізму, але не працюють постійно на якусь інституцію, а долучаються час від часу до забезпечення послуг з перекладу на самітах, перемовинах і т. п.

За кордоном усних перекладачів високого рівня готують у вищих школах та інститутах перекладу (ESIT, ISIT), на факультетах провідних університетів. Готують, ґрунтуючись на досить давно випрацюваних засадах вишколу усних перекладачів. Насамперед, це:

1. Окрема підготовка усних і письмових перекладачів.
2. Перспективний відбір до груп усних перекладачів і жорсткі умови здачі фінального іспиту перед професійним журі.
3. Викладачі є й самі практиками усного перекладу.
4. Навчання передбачає чимало практики й багато годин самостійної підготовки в обладнаних лабораторіях.
5. Суворе дотримання етапності навчання: послідовний переклад без запису; послідовний переклад із нотуванням; переклад з аркуша; синхронний переклад; тренінги з Конференційного перекладу.
6. Зазвичай навчають усному перекладу з мови іноземної на рідну (з В на А).

7. Максимальне наближення практичних занять до реальних ситуацій перекладу передбачає розмежування викладачем понять "робочого перекладу" (який використовується з метою навчання мові) і професійного перекладу. Відтак, перекладач не перебиває студента під час перекладу, дає йому відчути так звану "професійну самотність" усного перекладача, усвідомити відповідальність за якість перекладу, отримати навички подолання кризових ситуацій в усному перекладі, потренувати концентрацію уваги, пам'ять, вдосконалити вміння триматися, говорити зрозуміло й логічно, дотримуватися відповідного стильового регістру і т. п. Розбір перекладу й доброзичливі рекомендації щодо уникнення помилок надаються після завершення перекладу студентом.

8. Для усного перекладу на заняттях пропонуються лише тексти, що усно перекладаються в реальному житті, – промови, прес-конференції, інтерв'ю, дебати тощо.

Значення усного перекладу постійно зростає. Клер Донован, яка тривалий час була директоркою відділення усного перекладу в ESIT, а тепер очолює відділення усного перекладу ОБСЄ, зазначає, що колись популярна теза про те, що невдовзі усно перекладати доведеться лише з англійської і на англійську, не підтверджується. ОБСЄ вважають дуже "англомовною" організацією, утім потреби в усному перекладі різними мовами стрімко збільшуються. На її думку, це пояснюється тим, що є так звані "хибні англофони". Їхнього Globish не вистачає для обговорення серйозних тем, тому дешевше підготувати фахових перекладачів, ніж ставити під загрозу ефективність комунікації. Відтак, міжнародні організації витрачають усе більше коштів на вишкіл перекладачів і забезпечення перекладу. Консорціумом європейських університетів створена і європейська магістерська програма з конференційного перекладу – EMCI.

Брайан Фокс, директор Генеральної Дирекції з усного перекладу Єврокомісії, наголошує, що кількість пар мов, задіяних у перекладі, зростає дуже швидко, що пов'язано і з розширенням Європейського Союзу, і з європейською політикою плюрилінгвізму. За даними Євробарометру у 2012 р. у Франції 49 % людей володіли лише рідною мовою, у ЄС – 44 %. 50 % громадян ЄС не розуміють англійської [1]. Через це в більшості європейських осередків підготовки усних перекладачів переходять на навчання 4-мовних фахівців.

Більш задіяними стають підвиди усного перекладу, що виникли досить нещодавно. Через кризу біженців, тероризм, загострення міжнародної ситуації зростає затребуваність ***соціального (кому-***

нітарного) перекладу, тобто усного перекладу для поліції, міграційних служб, гуманітарних організацій, прикордонних служб тощо. Поширенішим стає так званий "***віддалений переклад***" (remoteinterpreting, interprétation à distance), коли усний переклад здійснюється без присутності перекладача на місці усної комунікації (синхронний переклад перед монітором, відеоконференції, переклад телефонних розмов і т. п.). І хоча тут порушується принцип присутності усного перекладача серед комунікантів, відтак погіршується сприйняття ним інформації (яка зазвичай сприймається через кілька сенсорних каналів) і зростає психологічне та фізичне навантаження на перекладача, застосування цього виду перекладу, попри супротив у АІІС, стає популярнішим. Із цією проблемою стикається фахове середовище і в Україні. В ESIT ввели спеціальний курс з віддаленого перекладу [2], натомість у наших умовах тренуванню з цього різновиду усного перекладу, так само як і з ***релейного перекладу*** (синхронного перекладу через пілотну кабіну, через третю мову), увага фактично не приділяється.

Окрема проблема, на наше переконання, – це усний переклад в умовах ***гібридної війни***. І тут навпаки, саме ми можемо поділитися певним досвідом із Заходом, який ще здається не усвідомив, що така проблема виникла. Так, на Заході розробляють кодекси поведінки перекладачів у зоні воєнних дій і конфліктів. Однак у них ідеться більше про залучення для перекладу місцевих жителів, що мають знання іноземної мови, чи про військових перекладачів. А от про ті виклики, які постають перед усними перекладачами через ведення інформаційних операцій, говорилося поки що мало. Ідеться не лише про конференційний переклад, але і про ***медійний переклад***, коли перекладаються інтерв'ю, брифінги, прес-конференції, що транслюються ЗМК. Перекладачі мають бути обізнаними із засобами ведення інформаційної війни. Чинник ідеології, геополітичної гри, маніпуляцій зі свідомістю і підсвідомістю населення, що на мовному та стилістичному рівні виявляється через підбір спеціальної лексики й риторичних прийомів, стає одним із ключових у конференційному перекладі. Спостерігаємо, що в Україні усний переклад стає, так само як і журналістика, більш мілітаризованим.

З іншого боку, у медійному перекладі маємо зважати на те, що у світі виник так званий Market-driven Journalism, тобто ринково орієнтована журналістика, що має задовольняти вимоги приватних власників ЗМІ й забезпечувати славнозвісне "infotainment" – розважання інформацією і "лоскотання" низьких інстинктів

глядачів. Звідси – більша емоційність медійного дискурсу, до якої треба готувати перекладачів, бо вони мають адекватно відтворювати драматичні епітети, інвективи, яскраві образи, інтертекстуальність різного виду під час перекладу трансльованих дебатів, ток-шоу, промов, свідчень очевидців тощо.

Крім всього іншого, виникає і питання ***емпатії*** в перекладі, яке варто було би проаналізувати в українському контексті. Так, усний перекладач має відчувати емпатію, адже він, за визначенням, є alterego промовця. Емпатія впливає на словесне оформлення цільового тексту, звучать відповідні інтонації в перекладі. З іншого боку, тут постає ряд питань, адже часто в умовах гібридної війни доводиться перекладати виступи чи репліки людей, які мають діаметрально протилежні інтересам української держави погляди. У таких випадках перекладач мав би або одразувідмовитися від обслуговування заходу, або вміти тримати себе в руках, забезпечуючи, хоча це і проблематично, повну нейтральність. Постає питання і з дотриманням конфіденційності. Студентам варто пояснювати, що викладання у Facebook чи інших мережах вражень від здійсненого перекладу виключається.

Як бачимо, усі ці проблеми є актуальними для України. Їй потрібні фахівці, обізнані в усіх видах і підвидах усного перекладу. Навіть послуги з комунітарного перекладу стають затребуваними в державі. Як видається, період романтичного розслаблення в становленні ринку усного перекладу в Україні минув. Міжнародна і внутрішньоукраїнська ситуації зумовлюють необхідність усвідомлення того, що відповідальність українських перекладачів за належне з усіх точок зору виконання професійних і громадських обов'язків безперечно зросла. Зросла відповідальність і за належний вишкіл усних перекладачів. І про це не маємо забувати, розробляючи нові програми для бакалаврату і магістеріуму.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Assises de la TRADUCTION* et de l'INTERPRÉTATION " La diversité culturelle et linguistique: un défi pour la démocratie" [Електронний ресурс] // – Paris, le 28 novembre 2014. – Режим доступу від 10.04.2016: http://ec.europa.eu/france/pdf/assises_2014_synthese_debats_fr.pdf.

2. *Moser-Mercer Barbara*. Remote Interpreting: Issues of Multi-Sensory Integration in a Multilingual Task [Електронний ресурс] // Meta :journaldestraducteurs / Meta: Translators' Journal, Volume 50, numéro 2, avril 2005, P. 727-738. – Режим доступу від 10.04.2016: http://id.erudit.org/iderudit/011014ar.

Стаття надійшла до редколегії 20.04.2016 р.

Максименко Е. В., канд. филол. наук, доц.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

ПРЕПОДАВАНИЕ УСТНОГО ПЕРЕВОДА В УКРАИНЕ: МЕЖДУНАРОДНЫЙ И НАЦИОНАЛЬНЫЙ КОНТЕКСТЫ

Идет речь о вызовах, с которыми столкнулось преподавание устного перевода в Украине. Цель исследования – показать, что учитываться должны не только новые явления в конференц-переводе и в других глобализованных услугах по устному переводу. Анализ свидетельствует о том, что социальный и идеологический контексты межъязыковой коммуникации из-за обострения международной ситуации, терроризма, кризиса беженцев, гибридной войны становятся одним из важнейших факторов, которые будут влиять на методологию и дидактику новых программ подготовки устных переводчиков в высших учебных заведениях Украины.

***Ключевые слова**: устный перевод в Украине, обучение устному переводу, гибридная война.*

Maksymenko O. V., PhD, Associate Professor
Taras Shevchenko National University of Kyiv

TEACHING INTERPRETING IN UKRAINE: INTERNATIONAL AND NATIONAL CONTEXTS

This article examines challenges faced by teaching interpreting in Ukraine. The aim of this paper is to show that not only new trends in conference interpreting and other types of globalized interpreting services should be taken into account.The above analysis seeks to present evidence that social and ideological contexts of multilingual communication due to the dramatic evolution of international situation and the realities of hybrid war represent one of the major factors determining methodological and didactic consequences forinstitutions of higher education in the process of setting up new interpreting training programs in Ukraine.

***Keywords**: interpreting in Ukraine, teaching interpreting, hybrid war*

УДК 821.161.2=22-1/-3.09″20″

Маленька Т. Ф., канд. філол. наук, доц.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

АРАБСЬКА Й ПЕРСЬКА КЛАСИЧНА ПОЕЗІЯ В РОСІЙСЬКИХ ТА УКРАЇНСЬКИХ ПЕРЕКЛАДАХ XVIII – ПОЧАТКУ XX СТОЛІТТЯ

Розглядається історія перекладів арабської та перської класичної поезії, а також засвоєння арабо-перського поетичного канону російською й українською літературами XVIII *– початку XX ст. Висвітлено еволюцію перекладацького та рецептивного методів, зокрема сприйняття й наслідування арабських і перських мотивів, художніх засобів, поетичних форм.*

***Ключові слова:** арабська, перська поезія, переклад, рецепція, муаллака, газель.*

Рецепція європейським літературним простором арабо-перського поетичного канону й ідіостилів найяскравіших поетів доісламської доби та Арабського халіфату й середньовічного Ірану виявилась двома способами: перекладами поетичних зразків і наслідуванням мотивів, жанрів, образів і поетичних форм.

Перші спроби освоєння та перекладів класичної арабської поезії, поряд з перською, були здійсненів Росії та Україні ще в середині XVIII ст. "Настане час, коли Схід стане таким же класичним, як Греція та Рим" – зауважувалось в одному з російських художніх журналів ("Галатея" за 1829 р.). Цей вислів було реалізовано російською школою перекладу вже на початку XX ст., коли почалось відродження естетики та літератур Сходу на ґрунті Європи: захоплення єгипетським мистецтвом, далекосхідним живописом і перською мініатюрою (тонку стилізацію перської мініатюри виконав В. Серов у своєму знаменитому панно завіси до постановки "Шехерезади" Дягілева), культ Омара Хайяма завдяки перекладам Е. Фітцджеральда та ін. За зауваженням І. Крачковського у передмові до перекладів арабського поета аль-Ва'ва Дамаського (1914), російськапоезія на початку XX ст. прагнула ввібрати та переопрацювати найрізноманітніші східні поетичні джерела, починаючи з літератури єгиптян та ассирійців.

Засвоєння зразків арабської та перської класичних літератур почалося у 1763–1771 рр. із перекладу А. Філатова з французького посередника арабської збірки казок "1001 ніч". А у 1976 р. з'явився перший переклад А. Котельницького, також із французької, фрагменту "Голестану" Сааді у вигляді байки про "Шаха, дервіша та мудреця". Починаючи з XVIII ст. і протягом значного періоду література й мистецтво Сходу приходили до Росії через Захід. Про це свідчать чисельні переклади зразків арабської і перської літератур із європейських мов-посередниць, насамперед французької й німецької. Перші переклади арабської та перської поезії безпосередньо з оригіналу були здійснені піонерами в цій галузі А. Болдарєвим – проф. Московського університету (1811–1836) – учнем С. де Сассі та О. Сенковським – професором Петербурзького університету (1822–1847).

Учень О. Сенковського І. Ботьянов – перший у Росії перекладач муалаки Лебіда (1825). Про стиль цього перекладу, виконаного прозою, можна мати уявлення з такого зразка – традиційного початку арабської касиди: "Я остановился на сих любезных сердцу развалинах, чтобы вопросить оныя о судьбе древних обитателей; но увы почто вопрошать утесы глухие и недвижимые, которые способны издавать токмо грубые неправильные отголоски" [Эберман 1923, с. 111].

Переклади арабської та перської класики часто не дотримувалися принципу жанрової відповідності: поезія передавалася прозою, проза – поезією. Таким був, наприклад, переклад оповідання "Шах, дервіш мудрець" із "Гулістану" Сааді А. Котильницького, поданий віршованою байкою. Розквіт перекладацької справи та художньої літератури, яка наслідувала поезію арабів і персів, використовуючи теми, сюжети, мотиви, припадає на 20–30 рр. XIX ст. Характерні для східної поезії яскраві образи, часто незрозумілі читачу, пояснювалися у спеціальних примітках; там же наводилися короткі біографічні дані про середньовічних поетів Сходу.Сторінки російських літературних альманахів заповнювалися зразками східної мудрості. Журнал "Азиатский вестник" (видавець – Г. Спаський) активно друкує арабські прислів'я і крилаті дидактичні вислови – "Нравоучительныеизречения".

У 20-х рр. XIX ст. активно займався перекладами поезії арабських і перських класиків Н.Ознобішин, який друкував переклади і статті під псевдонімом Делібарадер (з перс. – серце брата); він також вдавався до порівняльних літературних студій персів із греками, арабів – із римлянами.

Уже у 30-ті рр. XIX ст. з'являються перші переклади зі східного оригіналу, які дотримуються формальних ознак східної поезії, зберігають форму газелі, касиди, месневі, передають поетичні тропи, монориму тощо. Такими були переклади перської поезії А. Хомякова, Л. Якубовича, П. Прахова, які намагалися в перекладах із Сааді та Гафіза зберегти бейтову структуру й дотриматися римування "аабавага…". У 50-ті рр. XIX ст. Н. Берг здійснив переклад із "Хамаси" Абу Таммама, зберігши віршовану форму й арабські автентичні образи, хоча передати метрику арабського аруду йому не вдалося:

Как привстанет красавица с места порой,
Точно темную ткань повлечет за собой;
Я гляжу на красавицу: прямо, точь-в-точь,
На челе ее день, за челом ее ночь ["Московитянин", 1853]

Наприкінці 30-х рр. XIX ст. О. Сенковський перекладом муалаки Лебіда заклав основи так званих філологічних перекладів арабської класичної поезії і цим самим започаткував традицію буквалістського перекладацького методу, який був досить віддалений від художньо-естетичних потреб читача. Такими були, зокрема, прозові переклади арабської класики професора Холмогорова у "Всеобщей истории литературы" Ф. Корша та Кірпічнікова. Після Сенковського цей стиль перекладу запанував протягом всього XIX ст. "Поезія була матеріалом для філологічної та історичної критики. Естетична ж її сторона була ніби забута" [Эберман, 1923, с. 115].

Ці переклади, які з'являлися в журналі "Восток" (спадкоємцю "Азиатского вестника"), із фотографічною точністю передавали оригінал, навіть до особливостей арабської метрики; вражали чужорідністю образів, думки й композиції, рядками, нанизаними незалежно один від одного – традиційно для арабської та перської поезії, яка характеризується замкнутістю бейта, а також перенесенням естетичного центру із загального плану вірша на окремі незалежні образи – нукта.

Перелом уросійській перекладацькій школі окреслився в 90-х рр. XIX ст. і яскраво виявився на початку XX ст., коли з'явилися справді художні й точні переклади з арабського та перського оригіналу Ф. Корша, А. Кримського, І. Крачковського. Ці переклади передавали особливості метафорики, композиції, навіть арабської метрики, і в той же час були суголосними з російською поетичною традицією. Такими були, зокрема, віршований уривок альВа'ва Дамаського в перекладі І. Крачковського та "Персидские лирики X–XV вв.".

На думку В. Ебермана, до таких нових естетично вартісних зразків художнього перекладу варто віднести переспів "Авести" К. Бальмонта й газелі Хосрова Дехлеві М. Гумільова – найвище досягнення в цій сфері. Переспів М. Гумільова ("Пьяный дервиш") ґрунтувався на перекладі проф. В. А. Жуковського, що був надрукований у четвертому томі "Записок Восточного Отделения Русского Археологического Общества". Наслідування перських та арабських мотивів і захоплення формою газелі охопило російську літературу початку XX ст: "Песня араба", "Рубище" К. Бальмонта, "Зейнаб", "Магомет в изгнании", "Путеводные знаки" І. Буніна, "Подражание персидскому", "Пьяный дервиш" М. Гумільова, "Газэлы о Розе" В. Іванова, "Из Гафиза" В. Соловйова, "Газэлла" І. Северяніна й ін.

Простежуються два типи наслідування газелі: а) римування аа в першому бейті і та сама рима в усіх парних рядках (непарні не римуються); б) повторювана таким самим способом рима підсилюється наявністю редифу.

а) Дионисова отрада
Красный пурпур винограда
Темнокосый плющ – другая
Третья – ты царица сада
И тебе, Киприда, розе
Нежной – нег богиня – рада
(В. Іванов)

б) Твои глаза, как два агата, Пери
Твои уста красней граната, Пери
Прекрасней нет от древнего Китая
До западного Халифата, Пери
Я первый в мире, и в садах Эдема
Меня любила ты когда-то, Пери
(М. Гумільов)

Ці вірші, чудові обігруванням східної форми демонстрували тематичну та формальну єдність арабо-перської класичної газелі й органічно вривалися в річище російської літератури. "Тяжіння до Азії і азійської поезії не було простою біографічною випадковістю, а даниною часу в найширшому сенсі: тоді зверталися до Сходу найобдарованіші люди мистецтва" [Иванов 1985, с. 453].

Це явище в російській літературі та мистецтві отримало назву "неоорієнталізм" (термін С. К. Маковського). Окрім літератури та живопису, неоорієнталізм виявив себе і в філософії (Л. А. Флоренський, В. В. Розанов, В. Ф. Соловйов). Цьому сприяли переклади творів арабських і перських класиків, зокрема поетів-містиків. "С Востока свет, с Востока сила!" – виголосив в "ExOrientelux" батько російського символізму В. Соловйов.

Російська поезія XVIII – початку XX ст. також була позначена великою кількістю коранічних мотивів: від Пушкінського циклу "Подражание Корану", у якому чітко прослідковується наслідування певних сур, до коранічних тем у лірициІ. Буніна ("Ночь аль-Кадра", "Черный камень Каабы", "Магомет в изгнании", "Зеленый стяг", "Судный день"), Н. Тихонова ("Ночь аль-Кадр"), М. Лохвицької ("Драма на пути к Востоку") та ін. [Ермаков 2000]. Зрозуміло, що поява російського перекладу Корану 1878 р. Г. Саблукова, який витримав кілька перевидань 1896 і 1907 рр., сприяла розповсюдженню коранічних мотивів.

Поету-наслідувачу арабської та перської поезії доводилося вирішувати важке завдання: він мав одночасно служити двом господарям, переймаючи порівняння, образи, техніку чужої поезії, він не міг не рахуватися з естетичними вимогами свого часу і культурного середовища. Була ще одна небезпека – впасти в шаблон або з європейської, або з арабської літературної традиції. Ця небезпека для поета, малознайомого зі східною поезією в оригіналі, була майже обов'язковою. Невипадковою була досить гостра критична реакція А. Кримського на появу чисельних "газелл" у російській поезії початку XX ст.: "На всяких літературних згуртуваннях, в альманахах, виступають сучасні російські поети, имъ же имялегион, та й частують публіку своїми "газэлламы"…Авжеж коли хтось має втішну спромогу читати справжні перські газелі перською-таки мовою, того всякі такі російські напруги з газэлламы по просту одштовхують" [Кр. 2010, с. 294].

Проте поряд із цим були дуже майстерні інтерпретації східної поезії. Уже став хрестоматійним приклад обігрування арабських доісламських мотивів на матеріалі муаллаки Імрууль-Кайса в поезії Буніна:

...Ушли с рассветом. Опустели.
Песчаные бугры.
Полз синий дым. И угли кровью рдели.
Там, где вчера чернели их шатры.

Долина серая, нагая,
Как пах осла.
В колодцах гниль и грязь.
Из-за бугров моря текут сверкая,
И мутно серебрясь.

Ночь тишиной и мраком истомила,
Когда конец?
Ночь, как верблюд, легла и отдалила
От головы крестец.

"В його "Імрууль-Кайсі" є нечуваної сміливості образи, неможливі в поезії символістів, але в Буніна пов'язані не з дофутуристичними пошуками сучасності, а з перевтіленням у кочівника з властивим йому сприйняттям світу" [Иванов 1985, с. 452]. І. Бунін у своїх східних поезіях поєднав досвід літературний з власним досвідом подорожей Аравією, що дало йому можливість оживити переклади реалістичними, мальовничими пейзажами. Далеко не другорядну роль у процесі перекладу східної поезії відіграє досвід реального знайомства перекладача зі Сходом.

Перші арабістичні студії й переспіви арабської та перської поезії в Україні частково висвітлені у статтях А. Ковалівського, Ю. Кочубея, Л. Грицик та автора цієї статті.

В Україні засади арабістики й іраністики почали формуватися у 1829–32 рр., коли професор Б. Дорн (вихованець Лейпцизького університету) почав викладання курсу арабської й перської мов та літератур і проводив читання арабської та перської хрестоматій О. В. Болдирєва. Матеріали хрестоматій, що містили головним чином тексти художньої літератури, викликали появу перших поетичних перекладів, які публікувались у харківських альманахах. На жаль, у 1836 р. Б. Дорн переїхав до Петербурга, і вивчення східних мов на деякий час тут занепало. Відродження почалося лише в 30-ті рр. XX ст., коли було організовано ВУНАС.

Українські письменники XIX ст., починаючи від П. Куліша (збірка "Дзвін", "Магомет і Хадиза"), намагалися опанувати арабомусульманські теми, завдяки знайомству зі сходознавчою літературою, що надходила з Європи. Це були переклади "Життя Магомета" 1857 р. В. Ірвінга та "Історія конфлікту між релігією і наукою" Дж. Дрепера; численні сходознавчі студії з історії й літератур Близького та Середнього Сходу, які придбав І. Франко під час свого перебування у Віденському університеті. Відоме захоплення літературами Сходу І. Франка: ним було перекладено більше сотні віршованих уривків до збірки "1000 і 1 ніч", проте ці переклади були зроблені з німецького посередника. Відома його віршована переробка народних арабських казок "Абу-Касимові капці" й "Коваль Бассім". Перу І. Франка належать перші зразки любовної лірики у формі газелі українською та польською мовами; остання адресована львівській польці Юзефі Дзвонковській:

Чом так зір мій до тебе, о пані, летить?
Наче човник з-між хвиль до пристані летить?

Наче хмарка, що ніччю дрімала в ярах,
Проти сонця сквапливо взарані летить?

Мов таємною силою гнаний мотив,
З пітьми в блиски зрадні полум'яні летить?
[Франко. 1976: 379].

Ці газелі мають яскраво виражені гафізівські мотиви, що простежуються і в перекладах А. Кримського, і в "Західно-східному дивані" Ґете, якими захоплювався І. Франко.

Проте справжньою східною віхою в історії української літератури стала поява третьої частини збірки А. Кримського "Пальмове гілля" (1922). Блискучий аналіз рецепції арабських мотивів з поезії аль-Ва'ви, Шанфари, аль-Мутанаббі,Абу-Таммама й інших дав у статті "Зіткнення зі Сходом" професор Чиказького університету Я. Статкевич. Переклади з перських класиків і рецепція перських мотивів досить детально розглянута у статтях Т. Маленької: ""Hafiziana" А. Кримського"; "А. Кримський і перська класична та сучасна поезія в рецепції української літератури XIX–XX ст.".

У російській і українській літературах від доби Романтизму до Модернізму, як і в західноєвропейській, присутні переклади й наслідування арабської та перської поезії. Їхній розвиток ґрунтувався на численних перекладах західного посередника чи схі-

дного оригіналу. Як переклади, так і наслідування пройшли певну стильову еволюцію та збагатили національні літератури східною топікою, тропами, поетичними формами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Ермаков И.* Ислам в русской литературе XV–XX веков / И. Ермаков. – М., 2000.

2. *Иванов В. В*. Темы и стили Востока в поэзии Запада // Восточные мотивы / В. В. Иванов. – М. : Наука. Гл. ред. восточн. лит., 1985.

3. *Ковалівський А*. Вивчення Сходу в Харківському університеті та Харкові у 18 та 20 віках // Антологія літератур Сходу / А. Ковалівський. – К., 1962.

4. *Кочубей Ю*. Взаємини української та арабської мов та літератур // Мовні та літературні зв'язки України з країнами Сходу / Ю. Кочубей. – К., 2010.

5. *Маленька Т*. "Hafiziana" А. Кримського // А. Кримський. Нариси життя і творчості / Т. Маленька. – К., 2008.

6. *Маленька Т*. А. Кримський і перська класична та сучасна поезія в рецепції української літератури XIX–XX ст. // А. Кримський. Нариси життя і творчості / Т. Маленька. – К., 2008.

7. *Эберман В*. Арабы и персы в русской поэзии / В. Эберман // Восток. 1923. кн. 2.

8. *Stetkevych. J*. Encounter with the East // Harvard-Ukrainian Studies. Vol. 8, No 3/4. 1984.

Стаття надійшла до редколегії 20.04.2016 р.

Маленькая Т. Ф., канд. филол. наук, доц.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

АРАБСКАЯ И ПЕРСИДСКАЯ КЛАССИЧЕСКАЯ ПОЭЗИЯ В РОССИЙСКИХ И УКРАИНСКИХ ПЕРЕВОДАХ XVIII – НАЧАЛА XX ВЕКА

Рассматривается история переводов арабской и персидской классической поэзии, а также рецепция арабо-персидского поэтического канона русской и украинской литературой XVIII – начала XX в. Освещены эволюция переводческого и рецептивного методов, в частности подражание арабским и персидским мотивам, использование художественных средств и поэтических форм.

Ключевые слова: *арабская, персидская поэзия, перевод, рецепция, муаллака, газель.*

Malenka T., PhD, Associate Professor,
Taras Shevchenko National Universty of Kyiv

ARABIC AND PERSIAN CLASSICAL POETRY IN RUSSIAN AND UKRAINIAN TRANSLATIONS OF THE 18TH – THE BEGINNING OF THE 20TH CENTURIES

This article reviews the translations of Arabic and Persian Classic Poetry as well as adoption of theArabic-Persian poetic canon by Russian and Ukrainian literatures of the 18th and the beginning of 20th centuries. This paper also sheds light on the evolution of translation and receptive methods, including perception and imitation of Arabic and Persian motifs, genres, artistic means and poetic forms.

Key words: *Arabic, Persian poetry, translation, perception, muallaka, gazelle.*

УДК: 81'42

Маленький Б. І., асп.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

СТРАТЕГІЇ ЗМІНИ КОМУНІКАТИВНИХ РОЛЕЙ У НІМЕЦЬКОМУ АНАЛІТИЧНОМУ ТОК-ШОУ

Здійснено огляд категорії зміни комунікативних ролей (далі у тексті ЗКР) як важливого аспекту організації усної комунікації на її структурному та змістовому рівні. На основі аналізу процесу ЗКРу німецькому аналітичному ток-шоу були ідентифіковані й описані стратегії та тактики ЗКР, які реалізуються комунікантами у процесі дискусії в основній частині ток-шоу.

Ключові слова: *усна комунікація, комунікативні ролі, полілогічне мовлення, інституційна комунікація, дискурс, організаційна структура комунікації, стратегії й тактики.*

Зміна комунікативних ролей є надзвичайно важливим аспектом аналізу усної комунікації й розглядається сучасною лінгвістичною наукою як одна з структуроутворюючих категорій дискурсу. Процес зміни мовців, який у мовленні виражається послідовною зміною комунікативних ролей "мовець-слухач",є одним із центральних аспектів дослідження діалогічного й полілогічного мовлення з перспективи конверсаційного аналізу. Саме представники конверсаційного аналізу Г. Сакс, Е. Щеглов, Г. Джефферсон були одними з перших, хто системно описав цей процес із лінгвістично-прагматичної перспективи й визначивйого базовою формою організації усної комунікації. [5, с. 700]. Згідно із сучасною комунікативно-дискурсивною парадигмою, зміну комунікативних ролей відносять до структурно-організаційних категорій дискурсу (В. І. Карасик) і визначають як метадискурсивну категорію (І. С. Шевченко), яка визнається "провідним фактором динамічної організації дискурсу" [1, с. 7].

Метою цієї статті є висвітлення стратегій і тактик ЗКР у контексті усної інституційної комунікації в жанровій формі німецького аналітичного ток-шоу.

Матеріалом дослідження є транскрипти німецьких ток-шоу з економічної тематики, зібрані з корпусу [16]DGD, а також самостійно підготовлені транскрипти шести німецьких ток-шоу суспільно-економічної тематики "Квадрига" та "Майбріт Ілнер".

DGD-[16] Datenbank für Gesprochenes Deutsch- База даних для розмовної німецької мови Інституту німецької мови м. Манхайм.

Аналітичне ток-шоу як жанр медійного дискурсу характеризується чіткою композиційною структурою дискусійного процесу. На певних етапах ток-шоу модератор отримує експліцитно домінуючу роль й безпосередньо керує процесом тематичного розгортання дискусії, зміни мовців і т. д. Динаміка дискусійного процесу в ток-шоу досягає свого апогею в його основній частині, коли комунікація переважно протікає у полілогічній формі. Як наслідок, жорстка асиметрично-рольова дискурсивна структура з домінантною роллю модератора поступово змінюється на більш варіативну форму загалом кооперативного полілогу, у якому кожен із комунікантів може долучатисядо контролю над організацією дискурсу. Надважливим у цьому контексті є процес зміни мовців, контроль над яким на цьому дискусійному етапі вже не є виключно прерогативою модератора. Натомість у полілогічному контексті аргументативної стадії ток-шоу цей процес врегульовується тією чи іншою мірою усіма учасниками дискусії й, відповідно, має колаборативний характер.

Управління процесом ЗКР Ґ. Джефферсон, Г. Сакс і Е. Щеглов визначають як "floormanagement" і виділяють такі типи стратегій, що врегульовують цей процес: перехоплення, утримання та передачі права репліки [5, с. 715]. У комунікативному контексті жанру ток-шоу ЗКР здебільшого реалізується за допомогою таких двох способів:

а) внаслідок зовнішньої передачі права репліки модератором чи учасником дискусії;

б) шляхом самостійного перехоплення мовленнєвої ініціативи в процесі розгортання динаміки дискусії.

Тривалість репліки кожного з учасників дискусії, окрім присутності модератора, також врегульовується такими факторами: кількість учасників, фактор обмеженого часу і т. д. Крім того, на процес ЗКР безпосередньо впливають невербальні засоби, а також конфронтативні дії опонентів, спрямовані на перехоплення репліки, вираження прямого заперечення і т. д. Тобто у процесі розгортання дискусії утворюється своєрідний інтеракційний ритм, який сприяє ефективному перебігу комунікації. Самостійне перехоплення мовленнєвої ініціативи характеризується 2 типами, а саме:

– за допомогою перебивання попередньої репліки іншого учасника дискусії;

– без перебивання репліки опонента, шляхом апелювання до ведучого про надання права висловитися чи просто заповнення паузи, що виникла в динамічному процесі дискусії (плавна ЗКР).

Із перспективи конверсаційного аналізу процес ЗКР спільно регулюється мовцем і реципієнтом і в мовленні може бути ініційований як одним, так і іншим. Крім того, представники конверсаційного аналізу виходять із того, що зазначений процес протікає згідно з рядом загальноприйнятих для певного соціально-комунікативного контексту правил і принципів і контролюється інструментарієм локальної системи управління, що на внутрішньому рівні утверджується комунікантами, їхніми психологічними, соціально-рольовими та статусними характеристиками, а на зовнішньому рівні – контекстуальними параметрами [2, с. 211]. Якщо не порушується усталена діалогічна структура, зміна комунікативних ролей відбувається на релевантних для переходу місцях (РПМ), які не завжди збігаються з кінцем репліки кроку й маркують лише можливі місця для зміни мовця [5, с. 709]. Чи відбудеться зміна комунікативних ролей, утім, водночас залежить від ряду інших факторів, як-от: кількості сигналів про бажання передати право репліки, суб'єктивногосприйняття ввічливості й зацікавлення співрозмовника в тому, щоб перейняти мовленнєву ініціативу. Фактичне розташування подібних місць для ЗКР, а також лексичні та синтаксичні засоби їхнього маркування варіюються залежно від типу функціонального стилю мовлення, жанру, і можуть також зумовлюватися лінгвокультурними факторами.

Кожен репліковий крок, як правило, характеризується граматичною, змістово-логічною та синтаксичною завершеністю й, у поєднанні з певними вербальними та паравербальними сигналами, які викликають відповідну реакцію у слухача, ініціює ЗКР. На невербальному рівні подібні сигнали виражаються на рівні просодії, жестів, артикуляції, зорового контакту, а на вербальному – за допомогою залучення визначених лексичних одиниць. Й. Дункан виділяє в цьому контексті дві основні групи: сигнали для передачі та збереження ролі мовця, які надалі відповідно поділяються на конкретні підтипи сигналів вербального й паравербального характеру [3, с. 208]. Згодом Дж. Віман і Л. Кнапп (1975) ідентифікують ще один тип сигналів, спрямованих на отримання права репліки [4, с. 215]. Слід також зазначити, що тип обраної стратегії ЗКР та окремі тактики її досягнення безпосередньо залежать від ступеня конфронтації комунікації й динаміки дискусійного процесу. На прикладі реалізації стратегії перехоплення мовленнєвої ініціативи в кооперативному контексті,

коли не порушується усталена дискурсивна структура, зазначена стратегія здебільшого має реагувальний характер, тобто переймання ролі мовця відбувається у відповідь на звернення чи апеляції модератора й інших учасників ток-шоу, які можуть мати як нейтральний, так і помірно-провокативний характер. У наступному прикладі перехоплення мовленнєвої ініціативи комунікантом реалізується за допомогою тактики роз'яснення:

Mod. *aber ist es, was ich eingangs fragte, ist es nicht wirklich verhängnisvoll, dass immer wieder das gerade die politiker sind, und auch die verantwortliche, wie die cheffin des IWFS, dass die hingehen und was erzählen, und was am nächsten tag was schon wieder uberholt ist. herr alliani, wie muss man dies betrachten: herr aliani, ist das eine verhängnisvolle politik?* #00:07:57-1#

Aliani #00:07:57-1# *ich sehe das eingentlich nicht ja gerade hilfreich, sagen wir so: diplomatisch asgedruckt, frau lagard steht, wie gesagt, im grunde genomen vor sicht, dass das reicht nicht und, dass das wiederholt und wiederholt, und wiederholt. das wird nicht unbedignt das vertrauen in die finanzmärkte zurückbringen, aber die frage also: wie helfen wir, wenn wir die aktuellen schwierigkeitem sehen, das ist, das bleibt zentrale*.

Зі зростанням дискусійної динаміки перехоплення мовленнєвої ініціативи комунікантами також може досягатися за допомогою стратегії ініціювального типу, яка реалізується тактиками констатації, висловлення заперечення, часткової згоди тощо.

Kuperanis. #00:02:28-7# *ich könnte es so sagen, griechenland befindet sich in einer transformationsphase, ähnlich den ländern von osteuropa nach 1990 und man muss jetzt ein bisschen ausdauer jetzt (..) mit den griechen (...) haben* #00:02:42-4#

Chep. #00:02:45-7# *ausdauer?* #00:02:45-9#

Chep. #00:02:48-9# *es gibt jetzt nicht einmal, nein, ich muss leider festellen, es gibt jetzt kein ordentliches katasteramt, wenn sie dann als investor hinkommen wollen und meinen, es geht um die eigentumsrechte, die werden dann irgendwo festgeschrieben, dann können sie das gar nicht.*

Kuperanis.. #00:03:05-4# *erlauben sie mal. was aber das katasteramt betrifft, was den privatbesitz betrifft, es gibt schon ein katasteramt /* #00:03:08-9# (gemeinsames Lachen im Studio, 5 Sek.) #00:03:11-3#

У цьому прикладі ЗКР втілюється за допомогою тактики заперечення. Спершу комунікант перехоплює право репліки шляхом ретроспективного посилання на лексичний елемент, вживання якого є не зовсім адекватним у цьому контексті, адже, скоріше за все, пан Купераніс мав на увазі вислів "*Geduld haben*". Таким чином комунікант одразу використовує похибку опонента для зміни комунікативної ролі й реалізує надалі тактику заперечення, яка підсилюється присутністю лексичних елементів у функції модальних операторів: *nicht einmal, leider, gar nicht* тощо. У відповідь на дії опонента, які загрожують іміджу реципієнта, пан Купераніс також за допомогою тактики заперечення перехоплює роль мовця, маркуючи це відповідно ритуалізованим виразом "*erlauben sie mal*".

Крім того, на комунікативному рівні дії учасників дискусії в токшоу часто спрямовані на блокування реплік та окремих аргументів опонентів, які є невигідними для них з огляду на реалізацію стратегічних кроків у контексті обраної стратегії аргументації. Як наслідок, перехоплення мовленнєвої ініціативи може зумовлюватися не просто інтенцією вираження заперечення чи незгоди, а бажанням зміни несприятливого тематичного русла дискусії. У наступному прикладі ЗКР реалізується саме тактикою зміни тематичного фокусу:

Lindner #00:13:49-7# *ganz kurz zur ganzen sache, sie reden die ganze zeit über die einkommenssteuer. es geht ja auch um die erbschaftssteuer, es geht um die kapitalertragsteuer, und da werden einfach die gerechtigkeitslücken, "e-hm" müssen da geschloßen werden. es ist doch den leuten nicht zu erklären, das sie 25 % kapitalertragssteuer zahlen. und das ist sozusagen (.) das bevorteilt die leute, die ihr geld anlegen und von den erträgen leben. denn sozusagen, das wird deutlich niedriger besteuert, als das einkommen aus der arbeit. das versteht kein mensch, das verstehen nur die leute, die davon profitieren!* #00:14:16-2#.

У цьому прикладі комунікант перехоплює мовленнєву ініціативу за допомогою ритуалізованого вислову на початку репліки: *ganz kurz zur ganzen sache.* Після цього здійснюється зміна тематичного фокусу дискусії. З огляду на присутність у репліці мовця визначених лексичних елементів і конструкцій вона отримує характер критики, зверненої до керівника дискусійним процесом в особі модератора. Розглянемо тепер приклади реалізації стратегії утримання права репліки.

Ott #00:16:32-4# *klar, kann ich mir 46 euro im monat mehr leisten (lachend) das wird mich nicht in ruinen treiben. natürlich ist das leistbar. ich glaube trotzdem, dass es ein falsches signal im moment ist. ich glaube einfach, dass die leute, jetzt haben wir das gesehen wie viel leute geld ins ausland schaffen, und sie sehen die amtstricks mit den steuern, sie sehen auf ihren lohnzettel, dass immer mehr abgeht, dass die MIETEN in den großstädten immer teurer werden. deswegen glaube ich eigentlich, deswegen glaube ich einfach, dass das die falsche gruppe ist, die sie belasten. und was bekomme ich im gegenzug? das ist mein problem als steuerzahlerin. natürlich kann ich 46 euro mehr bezahlen und würde gerne auch mehr bezahlen, wenn es auf der anderen seite besser ausgegeben würde*. #00:17:59-8#

У наведеному прикладі учасниця дискусії спершу реагує на апеляцію модератора, перехоплює мовленнєву ініціативу за допомогою тактики часткового погодження й завершує першу частину репліки експліцитним вираженням суб'єктивної позиції: *deswegen glaube ich einfach, dass das die falsche Gruppe ist, die sie belasten*. Як наслідок її висловлювання отримує характер логічно-змістової завершеності та на синтаксичному рівні формально маркує релевантне місце для зміни комунікативної ролі. Утім за допомогою залучення питання риторичного характеру, на яке учасниця ток-шоу самостійно відповідає – *und was bekomme ich im gegenzug?* – комунікант реалізує тактику актуалізації проблеми й водночас утримує мовленнєву ініціативу, унеможливлюючи атаки опонентів, адже в цьому випадку такі спроби однозначно розглядалися б як конфронтативні, оскільки порушували б постулати кооперації.

Також утримання комунікативної ролі мовця може реалізовуватися шляхом тактики ігнорування апеляцій і спроб перехоплення права репліки з боку модератора чи інших учасників.

Kuperanis. *#00:02:03-6# also, ganz ist es nicht so, die ersten steuersünder, die sitzen bereits im gefängnis. (..) 'ehm' (..) im dezember 2011 konnte der staat um 9 prozent mehr an steuern und abgaben einnehmen , als ein jahr davor (..) die staats.../ #00:02:51-5#*

Chep *#00:02:51-5# aber.. #00:02:51-5#*

Kuperanis. *#00:02:51-7# die staatskosten sind um 22 prozent gesunken, also es passiert was im land (..) #00:02:26-8#*

Mod. *#00:02:26-8# 'hmh' #00:02:26-9#*

Kuperanis. *#00:02:28-7# Ich könnte es so sagen, griechenland befindet sich in einer transformationsphase, ähnlich den ländern von osteuropa nach 1990 und man muss jetzt ein bisschen ausdauer jetzt (..) mit den griechen (...) haben #00:02:42-4#*

У цьому прикладі пан Купераніс не звертає уваги на спроби опонента перехопити право репліки з метою вираження заперечення, а також на паравербальний сигнал модератора, який можна інтерпретувати як спробу вираження сумніву, і продовжує утримувати домінуючу роль мовця.

Із метою утримання мовленнєвої ініціативи комуніканти додатково залучають певні лексичні й синтаксичні засоби. Розглянемо такий приклад:

Schweitzer #00:33:12-2# also, zunächst mal geht es darum, dass die steuern, die zu zahlen sind, jeder zu zahlen hat. da gibt's doch keine diskussion darüber, und das ist beschlossen, dass es so passiert. deswegen, wenn es vergehen dagegen gibt, müssen sie entsprechend mit dem recht verfolgt werden, behandelt werden durch die staatsanwaltschaft, durch die gerichte muss das auch bestraft werden. #00:33:34-5#

Mod #00:33:34-5# gut! kleine zwischenfrage. hätten sie beispielsweise anders als mitglieder des aufsichtsrates von bayern münchen dafür plädiert,dass oli hönis lieber diesen posten niederlegen soll?

У цьому випадку комунікант використовує лексичні засоби членування висловлювання: "*Also, zuächst mal geht es darum*", які можна розглядати як тактичні дії з метою утримання комунікативної ролі мовця після завершення першої частини репліки. Додатково комунікант вживає висловлювання, що підкреслює незмістовність подальшого продовження обговорення цього дискусійного аспекту: "da gibt's doch keine diskussion darüber...", і яке має виражено дискурсивно-структуруючу функцію. На синтаксичному рівні засобами утримання мовленнєвої ініціативи є інверсія, повтор певних синтаксичних структур тощо.

Щодо тактичних засобів реалізації стратегії передачі права репліки загалом слід зазначити, що арсенал вербальних засобів її втілення дещо вужчий. Здебільшого ця стратегія має ініціювальний характер і переважно реалізується за допомогою тактики запитання.

Hunter #00:07:39-6# *also, ich weiß von keinem anderen. und ich höre dann auch mal von anderen: ach ihr seid aber stark! und wir machen dann weiter, weil ich nicht einsehe, warum ich eine wohnung, in der ich über 50 jahre lebe, die ich so reingerichtet habe, dass sie für mich passend ist. warum soll ich das auf meinen alten tagen das noch mal alles verlieren?* #00:08:33-0#

Aufstein#00:40:17-3# *ja gut! ich wollte bloß nur dieses instrument der selbstanzeige. das ist von 1919. das ist ja schön, dass sie es etwas verschärft haben, aber, aber eingentlich muss das weg. weil es gibt ja auch nicht als waffen- oder drogenhändler kommen sie ja auch nicht mit selbstanzeige davon. warum eigentlich als steuerstraftäter?*

В обох наведених прикладах стратегія передачі права репліки втілюється саме за допомогою питань риторичного характеру, які не мають визначеного адресата й маркують таким чином на синтаксично-змістовому рівні релевантне місце для зміни комунікативної ролі. Слід зазначити, що учасники дискусії можуть залучати з цією інтенцією різноманітні типи питань: проблематизуючі, риторичні питання, які переважно адресуються сукупній телеаудиторії та слугують засобом досягнення необхідного перлокутивного ефекту серед цільової групи реципієнтів. Також зазначена стратегія може втілюватися в мовленні шляхом тактики констатації за допомогою якої комунікант підсумовує свою репліку, надаючи їй форму логічної завершеності, що відповідно виражається на змістовому й синтаксичному рівні.

Özdemir #00:10:08-4# *ich habe das ja schon erwähnt, nämlich dass die gesamtbelastung im blick kommen muss und dass es keine substanzbesteuerung kommen darf. genau so wurde es ins programm reingeschrieben. jetzt sage ich ihnen noch mal was. also, vielleicht muss man es erklären, weil viele immer denken: wer ab 80 tausend verdient und 49 % spitzensteursatz zahlen soll, soll dann 49 % für das versteuerte einkommen abgezogen bekommen. das ist ja nicht so. #00:10:30-4#*

Висновки

У цій статті було розглянуто процес ЗКР у дискусійному контексті німецького аналітичного ток-шоу. Незважаючи на інституційний характер комунікації, жорстку асиметричну рольову структуру й інші прагматичні параметри комунікації, які характерні цій жанровій формі, в основній частині ток-шоу дискусійний процес протікає переважно у формі кооперативного полілогу, і кожен з учасників може безпосередньо долучатися до управління ЗКР. Як було визначено, ЗКР у контексті жанру ток-шоу реалізується такими стратегіями: перехоплення мовленнєвої ініціативи, утримання та передачі права репліки. Кожна зі стратегій у мовленні втілюється тактиками, які мають кооперативний чи конфронтативний характер. У процесі реалізації зазначених стратегій комуніканти додатково залучають лінгвостилістичні мовні засоби з метою маркування комунікативної інтенції

перехоплення чи передачі права репліки, а також певні синтаксичні структури й засоби членування висловлювань із метою утримання домінуючої ролі мовця.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Лавріненко І. М.* Стратегії і тактики зміни комунікативних ролей у сучасному англомовному кіно дискурсі : автореф. дис. на здобуття канд. філол. наук. Харків 2011. Режим доступу: http://foreignlanguages.karazin.ua/resources/1a9c7335399c7782181a93ff394ccff6.pdf.

2. *Сусов И. П.* Лингвистическая прагматика / И. П. Сусов. – Вінниця : Нова книга, 2009.

3. *Duncan S.* Interactionunitsduringspeakingturnin dyadic, face-to-face conversation. 1974. – P. 199–213. In Organization of Behavior in Face-to-Face Interaction ed. by: Adam Kendon, Richard M. Harris, Mary R. Key, Walter de Gruyter. 1975.

4. *Jahnel A.* Argumentation in internationalen Fernsehdiskussionen. – München : Iudicium, 2000.

5. *H. Sacks.* Simplest Systematics for the Organization Of Turn-Taking in Conversation / H. Sacks, E. Schegloff, G. Jefferson, 1974. – Vol. 50. – № 4. – Part. 1. – P. 696–735.

Стаття надійшла до редколегії 18.04.2016 р.

Маленький Б. И., асп.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

СТРАТЕГИИ ПЕРЕМЕНЫ КОММУНИКАТИВНЫХ РОЛЕЙ В НЕМЕЦКОМ АНАЛИТИЧЕСКОМ ТОК-ШОУ

Сделан обзор категории смены коммуникативных ролей (далее в тексте СКР) как важного аспекта организации устной коммуникации на её структурном и содержательном уровне. На основе анализа процесса СКР в немецком аналитическом ток-шоу были идентифицированы и описаны стратегии и тактики СКР, которые реализуются коммуникантами в процессе дискуссии в основной части ток-шоу.

***Ключевые слова**: устная коммуникация, коммуникативные роли, полилогическая речь, институциональная коммуникация, дискурс, организационная структура коммуникации, стратегии и тактики.*

Malenkyi B., postgraduate student
Taras Shevchenko National University of Kiev

TURN-TAKING STRATEGIES IN GERMAN ANALYTICAL TALKSHOW

This article provides an overview of turn-taking as an important aspect of oral communication at its structural and semantic levels. Based on the empirical analysis of turn-taking process in German analytical talk shows, this paper identifies and describes turn-taking strategies and tactics, used by communicants while debating in the main part of the talk show.

***Keywords:**oral communication, institutional and everyday communication, discourse, turn, turn-taking, structural organization of communication, turn-taking strategies and tactics.*

UDC821.111.-31.09(595)

Murooj Fareed Majeed, postgraduate student

ANGER DISCOURSE IN LLYOD FERNANDO'S NOVEL "GREEN IS THE COLOUR"

The articledeals with the problem of culture and emotion. The paper focuses on the peculiarities of the expression of anger by different ethnic groups that populate Malaysia with special references to Llyod Fernando's novel" Green is the Colour".

***Keywords**: emotion, anger, ethnic groups, Malaysians, Llyod Fernando.*

Malaysia is an area of natural grace and cultural activity. It is a multicultural and multiethnic society. The dominant groups are the Malays 60 %, Chinese 25 % and Indians 7 %. It is important to understand how culture interacts with emotion in communication. Webster's New Collegiate Dictionary (1969) tells us that emotion is "a psychic and physical reaction subjectively experienced as strong feeling and physiologically involving changes that prepare the body for immediate vigorous action". Basic emotion includes fear /anxiety, happiness/ joy and anger.

Emotion is also defined as "psychological affect that affectively react toward cultural cues or changes" [2, p. 173]."Emotions are those processes which establish, maintain, change, or terminate the relation between the person and the environment on matters of significance to the person" [3, p. 285]. "An emotion is usually caused by a person consciously or unconsciously evaluating an event as relevant to a concern (a goal) that is important; the emotion is felt as positive when a concern is advanced and negative when a concern is impeded [8, p. 96].

One of the basic emotions is anger; it is a complex one and occurs as a result of an interaction between one or more eliciting events. Anger is seen as a way of solving problems that related to social life and as achieving one's goal [7, p. 7]. Anger is a (physiological and psychological) response to a perceived threat to self or important other, present, past or future. The threat may appear to be real, discussed, or imagined.It is often a response to the perception of threat due to a physical conflict, injustice, negligence, humiliation or betrayal among other contentions [4, vii].

Anger can be expressed by verbal and nonverbal reactions. Nonverbal emotion of anger includes angry facial expression, increased loudness of voice, trembling voice, crying, hand trembles for anger. While Verbal reactionof anger provides information about the form of an emotion that the person can experience.

The article claims to focus on the emotional expression of anger behavior of three ethnic groups in Llyod Fernando's novel" Green is the Colour"(1993),in which the authordescribes the worst date in Malaysian history, 13 of May 1969. The struggle between the parties of different ethnic groups to control the country led to a violent war between them.The novel "Green is the Colour" covers the racial riot that struck the minds. It reveals the love relationship between Yung Ming, a Chinese man, and Siti Sara, a Malay woman,who are caught in an illicit relationship. All of this occurs during that period when any sexual relationship between a Malay individual and a Chinese one would aggravate the situation.

Other reasons that stimulate the cause of anger, revealed in the novel, are: the racial supremacy of the Malays as well as the defensiveness of the Chinese community, all in the name of upholding each race's integrity. Malays, on one hand are characterized as being pride and superior for the sake of "ketuanan Melayu",that is why they resorted to hostility against the "others" living in the land of Malaysia.While the "others" thought it unfair of them to do so. For example, in the novel, when Siti Sara tries to tell Omar: "Many ordinary people show respect and understanding. We should do the same to them". He responds: "It's their duty. They came here as strangers, they must show their understanding of the situation".

Another reason that causes anger, is the exploitation of power by the leader Panglima,who is a part of a political machinery of the country. He carries out his criminal acts in order to serve his own interests. He uses his power on his subordinate Yung Ming who regards him as a mentor. Finally Panglima succeeds in imposing his power by raping Siti Sarah and makes her separate from Yung Ming.

In his novel Fernando tries to survey the emotional expression of Malays, Chinese and Indians. He shows that Chinese consider the expression of one's emotion in public infamous. They try to avoid it by being silent. For example, Yung Ming, a Chineseofficer, tries to avoid Panglima's bad behavior by ignoring it. Malays hide their emotions according to their tradition,Sarah,a Malay, is upset at the time of her being rapedby Panglima but remains silent according to the tradition. Indians express their emotion by action.At the time of riot they are so savage that they burn houses and hit any person they find in the street: "Indians are attacking shops. Near the rail crossing. Whatfor, don't know" "she is Chines or Malay? Malay not safe, you know" [6, p. 14].

In the novel anger is also expressed non verbally by such word as "froze", "despair", "unblinking". For example, Yung Ming gets angry when Dahlan shows coldness in greeting after long absence " Yung Ming smile froze as he thought how easily the memory of old friendship could be repulsed" [6, p. 3].On his part Dahlan gets upset when he learns that Yung Ming works for Panglima: "Dahlan shook his head in an exaggerated gesture of despair" [6, p. 3].Another example is when Siti Sarah makes her husband Omar get angry when she wears a loose blouse with tapered slacks and goes outside to talk with him:" he looked at her unblinking" [6, p. 128] and shouts at her to go inside.

Verbal expression of anger analyzed in the novel such as, Dahlan shows his being angry withyung Ming because of his work with people who in some points were the reason of the trouble and riot: "Do you know the root causes of trouble? you want to argue with me, okay, i will argue with you" [6, p. 6]. "You think you are so great,anything you say I must jump" [6, p. 5]. "I'm trying to say something to you, do you understand ?No need you know the kind of buggers you 're working with" [6, p. 6].Dahlan also explains to Sarah about Yung Ming that "Trouble is that he doesn't know___ doesn't want to know what bastards those guys are" [6, p. 5].Then Yung Ming shows his being upset with Dahlan's way of talking to the general secretary: "You are already in trouble, don't make things worse" [6, p. 5]. Another verbal emotion shows when Omar, Sara's husband, fights with her doubting that she is betraying him: "He shouted from the raised veranda, I know you've got a man, there must be a man." [6, p. 129]. "He gripped her shoulders hard, pushing his face against her. She lay unresisting, leaving him flailing. In a frenzy he shook her repeatedly as if to arouse passion" [6, p. 130]. Using native word as a synonym to the word "slut "which is "sundal". To reinforce the strength of the emotion: "He slapped her arm. Answer me sundal. I know there is a man" [6, p. 130]. As a result of the racial riot a strange man attacks Dahlan and Gita threating them: "If she doesn't shut up, and if you don't get up now, I'll make your face look even worse [6, p. 148].Using also repetition in the novel to symbolize the concept of anger. For example, when Sarah wants to leave her husband Omar, and go back to the city alone: "Did you hear me? I want to go back. Back. Back" [6, p. 128]. Then Omar finds out that she wants to go back because of a man; he says "when I find him he will be sorry. You_You also will be sorry" [6, p. 130].

Anger can be the reaction to racial attitudes. This novel shows how people are angry with each other ethnic groups, for example Shamsuldin a Malay man goes out to buy some cakes but whenever he sees Chinese he tries to hid himself then, as soon as, he saw a Malay like him he stops him for help,"A few cars went by driven by Chinese people, he didn't dare to stop them. Then he saw your car and because you look like Malay he tried to stop you for a lift" [6, p. 95].The situation was really difficult especially for Malay, being hated from other ethnic groups "Do not go out, the gangs are searching for Malays, he don't want to listen. Second day he went downstairs and run out on the street to try to get back to Kampong Bahru. No use. They found his body the next day" [6, p. 94].It also shows how difficult for women from all ethnic groups in Malaysia to live in these situation. For example when Gita an Indian woman wants to go out alone Baker a Malay man warns her from going alone in such situation.

"Why are you going? It's dangerous to go alone at this time.Women, especially. You better look out" [6, p. 133].

To sum up this study assessed the effects of anger on the communication style of the characters in the novel"Green is the Colour". Despite the differences in expressing anger and its effects on speech and behavior of the characters, the author wants his reader to understand that all the ethnic groups represent one country, one nation which is Malaysia: "Yung Ming found himself saying with fervor that the Chinese and the Indianshad to forget where they came from. They must follow one way of life; have one way of doing things" [6, p. 25].

REFERENCES

1. *Azirah H. & Kiranjit K. & Richard B*. (2013) "The Good-Old Days" and Multicultural Relations in Malaysia: Narratives, Criticism, and Accounts across Ethnopolitical Lines. Text & Talk 33 (3), 289–309.

2. *Awang-Rozaimie S.* (2011). Expatriates' emotion reactions toward Malaysian multicultural society.European Journal of Social Sciences, *25*(2), 171–181.

3. *Campos J.* (1994). A functionalist perspective on the nature of emotion. / J. Campos, D. Mumme, R. Kermoian, R. Campos Monographs of the Society for Research in Child Development, 59 (2–3), 284–304.

4. *Clausen E. I.* 2007 (ed.), Psychology of Anger. "The Poetics of Anger Control: Metaphorical Conceptualisations of Anger Expression in Violent Offenders" / E. I. Clausen. Psychology of Anger. – New York : Nova Science Publishers, 2007.

5. *Deffenbacher J. L.* Cognitive-behavioral treatment of high anger drivers / J. L. Deffenbacher, L. B. Filetti, R. S. Lynch, E. R. Dahlen, E. R. Oetting. – Behav. Res.Ther. 2002; 40:895–910.

6. *Fernando, L.* (1993). Green is the Colour: A novel. Singapore: Landmark Books.
7. *Hertenstein M. J.* 2007, The Communication of Anger: Beyond the Face. In Clausen, E. I. (ed.). Psychology of Anger. / M. J. Hertenstein, A. Butts and S. Hile. – New York : Nova Science Publishers.
8. *Oatley K.* (1996) Understanding Emotions / K. Oatley, J. Jenkins. – Oxford, UK : Blackwell Publishers Ltd.
9. Webster's New Collegiate Dictionary. (1969). Springfield, Ma : Merriam.

Стаття надійшла до редколегії 18.04.2016 р.

Мурудж Фарід Маджід, асп.

ДИСКУРС ГНІВУ В РОМАНІ ЛЛОЙДА ФЕРНАНДО "ЗЕЛЕНИЙ КОЛІР"

Присвячена проблемі взаємозв'язку культури й емоцій. У фокусі дослідження перебуває вираження гніву представниками різних етнічних груп, що населяють Малайзію, у романі Ллойда Фернандо "Зелений колір".

Ключові слова: *емоції, гнів, етнічні групи, малайзійці, Ллойд Фернандо.*

Мурудж Фарид Маджид, асп.

ДИСКУРС ГНЕВА В РОМАНЕ ЛЛОЙДА ФЕРНАНДО "ЗЕЛЕНЫЙ ЦВЕТ"

Посвящена проблеме взаимосвязи культуры и эмоций. Внимание автора сосредоточено на особенностях выражения гнева представителями различных этнических групп, населяющих Малайзию, в романе Ллойда Фернандо "Зеленый цвет".

Ключевые слова*: эмоция, гнев, этнические группы, малайзийцы, Ллойд Фернандо.*

УДК 811.161.2'255.4=111

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

ВІДТВОРЕННЯ НОВІТНІХ РЕАЛІЙ УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ В АНГЛОМОВНІЙ ПУБЛІЦИСТИЦІ

Розглянуто новітні суспільно-політичні реалії, що виникли у процесі революційних подій 2013–2014 рр. Описано особливості їхнього відтворення на матеріалі сучасної англомовної публіцистики. Розглянуто роль перекладача як посередника між текстом оригіналу й читачем, між двома різними культурами, доведено необхідність володіння фоновими знаннями про культуру народу мови оригіналу й орієнтування на читачів перекладу для адекватної передачі національно-специфічної лексики.

Ключові слова: *безеквівалентна лексика, публіцистика, реалія, способи перекладу, суспільно-політичний дискурс.*

Переклад не стосується самих тільки слів
це – справа розкриття усієї культури.
Ентоні Берджесс

Мова – це невід'ємна частина будь-якої культури. Завдяки їй ми передаємо набуті віками знання з покоління в покоління, і саме вона ставить перед перекладачем непросте завдання адекватного відтворення її компонентів. Чи не найскладнішим мовним засобом, що передає національно-культурний колорит, є реалії. Як зазначає Р. П. Зорівчак, вони є одними з найнебезпечніших "підводних каменів", що доводиться долати перекладачам. Однак при цьому "ці, так би мовити, неперекладні одиниці – найцікавіші: невід'ємні від місця та епохи, вони дають найбільше для пізнання способу мислення, побуту й історії носіїв мови-джерела" [3, с. 38–39].

Реалії містять у собі колорит народу. Згідно з дослідженнями С. І. Влахова і С. П. Флоріна "колорит робить з нейтральної, "незабарвленої" лексичної одиниці реалію. Колорит – це забарвленість слова, якоївоно набуває завдяки приналежності його референта – позначуваного ним об'єкта – до даного народу, країни чи місцевості, конкретної історичної епохи, завдяки тому, що цей референт, характерний для культури" [1, с. 105].

Україна завжди славилася багатством традицій, що отримувало своє відображення в мові. Не стали винятком і суспільно-політичні зміни, що почалися у 2013 р. Виникло чимало новостворених реалій, а також багато відомих нам слів набули нових конотацій: Майдан, Євромайдан, революція гідності, тітушки, ватнік, колоради, ленінопад, самооборона, укроп, кіборг, хунта, "небесна сотня", бандерівець, правосеки [8]. Зрозуміло, що вони привертали увагу ЗМІ не лише в Україні, але й в усьому світі. Однак чи вдалося іноземним журналістам, перекладачам вдало передати менталітет української нації?

Проблема відтворення реалій, як маркерів національно-культурного контексту, викликала інтерес у багатьох визначних дослідників: С. І. Влахов, С. П. Флорін, А. В. Федоров, Р. П. Зорівчак.

Р. П. Зорівчак визначає реалії як моно- і полілексемні одиниці, основне лексичне значення яких містить (у плані бінарного зіставлення) традиційно закріплений за ними комплекс етнокультурної інформації, чужої для об'єктивної дійсності мови-сприймача [3, с. 58].

Р. П. Зорівчак пропонує дев'ять способів трансляційного перейменування реалій; А. В. Федоров – чотири: 1) транслітерація або транскрипція, 2) утворення нового слова або описовий переклад, 3) використання слова, що означає дещо наближене, 4) гіпонімічний [5, с. 171]. С. П. Флорін і С. І. Влахов виділяють: 1) транскрипцію, 2) переклад (заміни): введення неологізмів, напівкалька, опанування, семантичний неологізм, приблизний переклад (заміна), переклад контекстуальний [1, с. 79–104].

На думку видатних науковців і лінгвістів С. І. Влахова та С. П. Флоріна, вибір залежить від декількох умов: 1) характеру тексту; 2) значущості реалії в контексті; 3) характеру самої реалії, її місця в лексичних системах МО та МП; 4) мов, їхніх словотворчих можливостей, літературних і мовних традицій; 5) читача перекладу [1, с. 94].

Щодо першої характеристики, варто зазначити, що на відміну від художньої літератури, у публіцистиці досить активно використовують транскрипцію. "Транскрипція прагне зберегти "чуже" через "свої" засоби" [1, с. 87]. Завдяки цьому методу, звичні в мові оригіналу, ці слова і вирази в мові перекладу випадають із загального лексичного оточення, відрізняються своєю сторонністю, унаслідок чого привертають до себе ще більше уваги [4, с. 74].

Уперіод "революції гідності" не лише з'явилося чимало нових понять, а отже нових реалій, але й багато слів набули нових значень. Слово "кіборг", відповідно до українського тлумачного словника, означає кібернетичний організм; пристрій, у якому певною мірою здійснено симбіоз фізичних та інтелектуальних здібностей людини й технічних засобів автоматики. Проте, у 2014 р. це слово набуло нового значення для українців. *"Mention a **cyborg** to a Ukrainian these days and they probably won't think of "cybernetic organisms", or man-machines of science fiction. Instead, the word now conjures up images of rugged, heavily armed men holed up inside what remains of Donetsk Airport in war-torn eastern Ukraine"* [9]. Оскільки це слово запозичене в українській мові та є інтернаціоналізмом, труднощів у відтворенні воно не викликало. Проте, навряд чи можна зрозуміти все смислове навантаження "кіборга" в контексті української геополітики, не знаючи історії, чи не маючи пояснення. Як бачимо, інколи денотативна інформація відступає на задній план або майже анулюється, а переважає інформація конотативна, зокрема національно-культурна, локальна. Р. П. Зорівчак зазначає, що між денотативним і конотативним значенням реалії, як і будь-якої іншої лексеми, не існує непрохідної межі. Можливий перехід

денотативного значення реалій на конотативний рівень або паралелізм конотативного й денотативного значень. Завдяки абсолютній перевазі конотативних сем реалії, зазнаючи семантичної інтеграції, переходять до розряду символів, що, як правило, поєднують експресивно-емоційну напругу образу з його філософським осмисленням [3, с. 76, 79].

Іншим прикладом є лексема "ватнік". Початкове значення – теплий зимовий верхній одяг, кожух, що й нині використовується у сільській місцевості в Росії [7]. Нині ж ватнік – прихильник проросійського напряму розвитку, противник насадження західних цінностей, людина, яка ностальгує за радянськими часами. Уперше в такому значенні це слово було використане Антоном Чадським у листопаді 2014 р. "***Vatnik*** *is also a meme denoting a patriotic Russian redneck, and the internet is awash with cartoons portraying them as marginalised and aggressive – such as in one of a rally of separatists brandishing bats and calling for the return of deposed President Viktor Yanukovych"* [9]. Завдяки транслітерації зберігається колорит слова, але якщо людина не володіє фоновими знаннями про ситуацію в Україні, вона може узагалі не зрозуміти інформацію, яку до неї прагнув донести автор оригіналу. Тож у даному випадку потрібно, хоча б при першому використанні реалії у тексті, давати пояснення.

"Тітушки" – новостворений термін, що також відображає один із аспектів суспільно-політичного життя українців у революційні роки. Як відомо, походить він від прізвища спортсмена Вадима Тітушка і є збірною назвою найманців, часто люмпенізованих кримінальних елементів, які використовувалися українською владою для застосування фізичної сили й участі в масових сутичках. 1."*The interior ministry was also charged with investigating crimes by pro-Yanukovych streetfighters known as* ***titushki,*** *even though interior ministry officials are suspected of arming these men"* [12]. 2. "*Late Wednesday, Geoffrey Pyatt, the American ambassador in Kiev, retweeted animage of the United States Embassy surrounded by men said to bepro-government thugs, known as* ***titushki****"* [14]. В обох випадках було використано транслітерацію, що цікаво, не з української, а з російської мови (це видно по закінченню множини – і не характерно для українських іменників). Проте у двох реченнях надається пояснення, що значно полегшує сприйняття тексту: "*streetfighters"* – вуличні бійці, "*pro-governmentthugs*" – провладні головорізи.

*"Between 78 and 92 protesters were killed – they are now commemorated as the **"Heavenly Hundred"** – and more than 1,000 were injured, while 13 law enforcement officers were killed and about 900 injured, according to the report"* [12]. Перекладач використав кальку для відтворення реалії: "heavenly" – "небесна", "hundred" – "сотня". Проте таке рішення викликає певні сумніви. У цьому випадку сотня не лише позначає кількість, а й має історичне значення, оскільки ще за княжих часів це була військова частина ополчення. Тобто при цьому виді трансформації частково втрачається культурний відтінок, а зберігається лише денотативне значення.

У період революційних подій з'явився термін "жидобандерівець" на позначення людей єврейського походження, що підтримують проукраїнські настрої. Як бачимо, він складається з двох лексичних одиниць "жид" і "бандерівець". В українському менталітеті обидва слова мають дещо негативну конотацію. Представники єврейської національності та частина громадян України вважають слово "жид" образливим через уживання цього слова чорними сотнями під час "єврейських погромів" у Російській імперії [15]. Бандерівець позначає прихильників поглядів Степана Бандери, звідки й походить назва. В англомовних ЗМІ цей термін передається за допомогою повної транслітерації "Banderivets", а також часткової, тобто залишається корінь і видозмінюється закінчення, притаманне для мови перекладу "Banderite". "*The flyer asks all Jewish citizens aged 16 and older to register with the "Donetsk Republic commissar for nationality affairs" and pay a $50 fee, "given that the leaders of the Jewish community of Ukraine support the **Banderite** junta in Kiev and are hostile to the Orthodox Donetsk Republic and itscitizens"* [12]. Проте якщо в цьому випадку транслітерація – вдалий варіант, то лексему "zhyd" вона не передає повноцінно, оскільки для читачів мови перекладу це буде абсолютний неологізм без жодного відомого їм семантичного відтінку. У газеті ЛТА автор використав інший термін на позначення цієї реалії: "So what on earth is a ***"Yid-Banderite"***?" Відповідно до визначення словника Collins, ***"yid"***– зневажливе, образливе слово на позначення єврея [10]. Отже, найвдалішим варіантом відтворення цієї лексеми є поєднання транслітерації та використання відповідника в англійській мові.

У період Майдану неодноразово можна було почути скандування "Зека – геть!" Сам термін бере початок від позначення "з/к", що використовувався в офіційних радянських документах у період із кінця 1920-х до кінця 1950-х рр.

Етимологічно він походить від рос.скорочення *"Заключённый каналоармеец*", уперше з'явився під час будівництва Біломорсько-Балтійського каналу, пізніше так називали всіх в'язнів ГУЛАГу [16]. Нині воно втратило своє історичне навантаження, і його використовують як лексему з яскраво негативним забарвленням для людей, що відбули покарання в місцях позбавлення волі, злодіїв, а в 2013–2014 рр. як глузливе прізвисько колишнього президента Віктора Януковича. В англомовних ЗМІ його переважно перекладають як "crook": *1. "The people are chanting "Revolution!" and "Get Out Crook!"* [13]; 2. *We learned a lot about the riot police – their low pay, their disgust with claims that they served a 'crook' [zek] ("I serve the law, not some zek!" one cop said), and their own frustrations with the political system"* [11]. Як можна побачити в другому реченні, автор використав ще й транслітерацію, щоб створити повну семантичну картину поняття, дати читачам тексту-перекладу можливість ознайомитися з тим, як бачать його читачі оригіналу. Словник Collins дає таке визначення "crook": злочинець, нечесна людина. Синоніми: criminal (злочинець), rogue (шахрай), thief (злодій), villain (лиходій), robber (грабіжник), racketeer (бандит-здирник). Цей еквівалентний переклад є досить вдалим, оскільки не спантеличує реципієнта новизною, а також передає зміст.

На основі проаналізованого матеріалу можна зробити висновок, що для відтворення новітніх реалій українського суспільно-політичного дискурсу в англомовній публіцистиці найчастіше використовуються: транслітерація, транскрипція, калька чи напівкалька, дескриптивний переклад. Уведення неологізму (транслітерація, транскрипція, калька чи напівкалька) допомагає привернути до себе увагу читача, але не його розуміння. Описовий переклад, у свою чергу, забезпечує сприйняття реципієнтом семантики слова, але водночас передбачає втрату форми. Оптимальним варіантом є поєднання цих видів перекладу.

О. І. Чередниченко зазначає, що у плані забезпечення міжкультурної комунікації творча діяльність перекладача спрямована на примирення двох суперечливих тенденцій: збереження мовної норми рецептивної культури в перекладі, з одного боку, і її гармонізацію з нормою оригіналу як феномена вихідної культури, з іншого [6, с. 489].

Реалії, як етноспецифічна лексика, визначають рівень професійності перекладача, рівень його володіння не лише граматикою, а й розуміння менталітету тієї мови, із якої він перекладає, його фонові знання, виявляютьйого професійні здібності. У своїй роботі Р. П. Зорівчак, підтримуючи позицію Гете, зазначає: "у перекладі треба добиратися до неперекладного, лише тоді можна по-справжньому пізнати інший народ" [3, с. 7] Реалії не дають змоги перекладачеві йти шляхом "найменшого опору", повсякчас нагадуючи йому, що перекладання – не лише творчість, а й напружений науковий пошук [3, с. 43].

Отже, реалії – національно-специфічні слова, що підкреслюють індивідуальність кожного народу, є найяскравішими прикладами колориту та відіграють провідну роль у збереженні традицій і звичаїв [4, с. 70]. І, на мою думку, їхнє відтворення кидає виклик, навіть досвідченим перекладачам. Щоб передати їх адекватно, потрібно завжди ставити себе на місце читача, який, можливо, не володіє знаннями про культуру автора оригіналу. Варто використовувати ті трансформації, що відтворять повну мовну й концептуальну картини першотвору. Як справедливо зазначає Н. В. Гуренко: "Перекладач – посередник між автором оригіналу і читачем перекладу. Він здійснює переклад для "свого читача" і, якщо транскрибовані реалії залишилися за межами його сприйняття, це означає, що комунікативна мета перекладу не досягнута" [2, с. 94].

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Влахов С. І.* Непереводимое в переводе / С. Влахов, С. Флорин. – М. : Высшая школа, 1986.

2. *Гуренко Н. В.* Специфіка перекладу суспільно-політичних реалій / Н. В. Гуренко // Вісн. СумДУ. Серія Філологія. – Суми, 2007. – № 1. – Т. 2. – С. 91–95.

3. *Зорівчак Р. П.* Реалія і переклад (на матеріалі англомовних перекладів української прози) / Р. П. Зорівчак. – Львів : Вид-во при Львів. ун-ті, 1989.

4. *Кисільова Я. В.* Проблема збереження колориту при перекладі національно-специфічних слів (на прикладі поняття реалія) [Електронний ресурс] /Я. В. Кисільова. – Режим доступу : pritsak-center.com/book/Issue_4–5/15_Kysiliova.doc

5. *Федоров А. В.* Основы общей теории перевода (лингвистические проблемы) : учеб. пособие / А. В. Федоров. – 5-е изд. – СПб. ; М. : ООО Изд. Дом "ФИЛОЛОГИЯ ТРИ", 2002.

6. *Чередниченко О. І.* Міжкультурні аспекти перекладу / О. І. Чередниченко // Мовні і концептуальні картини світу. – К. : ВПЦ "Київський університет", 2001. – С. 485–489.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

7. *Академічний тлумачний словник* – [Електронний ресурс]. – Режим доступу :http://sum.in.ua/

8. *100 неологізмів Євромайдану* (онлайн-словник). – [Електронний ресурс]. – Режим доступу :http://neologizmi.jimdo.com/

9. *BBC News Channel* – BBCNews. – [Internet resource]. – online access:www.bbc.co.uk

10. *JTA.* – [Internet resource]. – online access:http://www.jta.org/

11. *Marples D*. Ukraine'sEuromaidan: Analyses of a CivilRevolution / D. Marples, F. Mills., 2015.

12. *Observer* | The Guardian. – [Internet resource]. – online access: http://www.theguardian.com

13. *The Interpreter*. – [Internet resource]. – online access:http://www.interpretermag.com/

14. *Th eLedeBlog* – The New York Times. – [Internet resource]. – online access:http://thelede.blogs/nytimes/com

15. *Wikipedia*. Жид [Електронний ресурс] / Wikipedia – Режим доступу до ресурсу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Жид

16. *Wikipedia*. Зек [Електронний ресурс] / Wikipedia – Режим доступу до ресурсу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Зек.

Стаття надійшла до редколегії 20.04.2016 р.

Мармураш В. Р., студ.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

ПЕРЕВОД НОВЫХ РЕАЛИЙ УКРАИНСКОГО ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА В АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ПУБЛИЦИСТИКЕ

Рассмотрены новые общественно-политические реалии, возникшие в процессе революционных событий 2013–2014 гг. Описаны особенности их воспроизведения на материале англоязычной публицистики. Рассмотрена роль переводчика как посредника между текстом оригинала и читателем, между двумя различными культурами, доказана необходимость владения фоновыми знаниями о культуре народа языка-оригинала, для адекватной передачи национально-специфической лексики.

Ключевые слова: *безэквивалентная лексика, публицистика, реалия, способы перевода, общественно-политический дискурс.*

Marmurash V. R., student
Taras Shevchenko National University of Kyiv

RENDERING OF THE LATEST UKRAINIAN REALIA OF SOCAIL AND POLITICAL DISCOURSE IN THE ENGLISH POLITICAL JOURNALISM

Thisarticle presents an analysis of the latestsocial and political realia coinedduringrevolution in 2013–2014. It considersspecifics of translation of these culturally-biased words in the Englishmassmedia. It hasbeenproventhattranslatorisn'tjust a mediatorbetween the originaltext and the reader, buthe/she is also a mediatorbetweencultures. Furthermore, translatorsmust have backgroundknowledgeabout the culture of the sourcelanguage, in order to translateculture-bound words adequately.

Keywords*: realia, culture-bound words, ways of translation, social and political discourse.*

УДК 811.111'42

Марчишина А. А., канд. філол. наук, доц.,
Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка

НАУКОВА ПУБЛІЦИСТИКА В МАТРИЦІ ПОСТМОДЕРНІЗМУ: ЛІНГВІСТИЧНИЙ ВИМІР

Систематизовано погляди на вивчення текстів наукової публіцистики крізь призму постмодерністського світогляду. Публіцистичність розглядається як міждисциплінарне й багатопланове явище, притаманне мовним творам на суспільно значущу тематику, а науковість – як властивість текстів, зміст яких оприлюднює аналіз даних, отриманих емпіричним або логічно обґрунтованим шляхом. Наукова публіцистика віддзеркалює результати досліджень, що становлять публічний інтерес. Ознаки постмодернізму виявляються у ризоматичному позиціонуванні ключових понять, руйнуванні усталених суспільних стереотипів гендерної ідентичності, критиці раціонального пояснення явищ дійсності та інтертекстуальне прочитання розглянутого матеріалу.

***Ключові слова**: публіцистичний текст, науковий текст, науковий публіцистичний текст, постмодернізм, лінгвальні чинники, гендерна ідентичність.*

Постановка проблеми. Сучасному світові притаманний процес прогресуючої технологізації та наукомісткої організації виробництва, наслідком чого постає автономізація особистісних проблем і прав людини [8, с. 207]. Руйнування культурних традицій, зміна суспільних стереотипів, індивідуалізація пізнавального досвіду – такою є динаміка розвитку культури (у найширшому сенсі) XXI ст. Постмодернізм як рефлексія на такі новітні явища став "специфічною філософією культурної свідомості сучасності" [7, с. 7]. Наука – це та частина культури, яка існує і в людській свідомості, і в людській діяльності, це результат описово-реалістичного підходу до реальності. У науці існують чіткі правила та норми, за якими приймаються чи відхиляються певні положення, тому фіксування наукових пошуків у письмовому вигляді втілює як постулати науковості (доказовість, критерій істинності, пізнавальне начало, фактографія), так і культурні норми публічного представлення наукових результатів для широкої читацької аудиторії. Характерною особливістю науки є те, що вона не може ігнорувати обґрунтованого чи експериментально підтвердженого положення. Тому в науковій сфері допускається радикальна зміна розуміння попередніх досягнень, що відповідним чином відбиваються в наукових текстах. Докорінна революційна перебудова чи незначне варіювання науко-

вих засад стають доступними для ознайомлення передусім завдяки текстам наукової публіцистики, покликаних ознайомити зацікавлених фахівців із результатами наукових досліджень.

Мета статті – виявити й описати лінгвістичні особливості текстів наукової публіцистики крізь призму постмодерністського світогляду.

Структура та зміст статті визначаються її **завданнями**:

– встановити кореляцію публіцистичності й науковості в текстах, що становлять матеріал дослідження;

– виявити ознаки постмодерністського світобачення в сучасній науковій публіцистиці;

– охарактеризувати лінгвістичні засоби творення постмодерністських текстів наукової публіцистки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Моніторинг визначень поняття "публіцистика" засвідчує як багатозначність самого терміна, так і гетерогенність наукових напрямів, зацікавлених у залученні цієї лексеми до власного термінологічного апарату. Зокрема, за визначенням Г. І. Вартанова, публіцистика оперативно досліджує, узагальнює й трактує актуальні проблеми дійсності з метою збудження громадської думки, оперуючи при цьому засобами логічного мислення та емоційного впливу [3, с. 242]. Аналогічний погляд на мету публіцистичного твору зустрічається й у інших дослідників – "вплив на громадську думку, суспільну свідомість, а відтак на соціальну практику" [5, с. 30]. Загалом тлумачення публіцистики ґрунтуються на існуючих підходах до її розуміння: як сфера літератури (Г. Вартанов, В. Шкляр, довідкові й енциклопедичні видання); як сфера філософії, релігії й науки (Й. Лось, Б. Прутцков, М. Шлемкевич); як сфера журналістики (В. Здоровега, Б. Лозовський). Така широка семантика аналізованого феномену свідчить про його синкретизм, міждисциплінарність, інтегративність і властивість родового поняття, що охоплює найрізноманітніші вектори пошукових орієнтирів, результати яких набувають суспільно значущого та публічно доступного вигляду, зокрема, як текст. Дефініція поняття наукової публіцистики обґрунтована в дослідженні Н. В. Зелінської, у якому демонструється ефективність творення та аналізу наукових текстів із позицій поетики [6].

Виклад основного матеріалу. Публіцистичний текст конструює дискурс, що сприяє актуалізації загальноприйнятої етичної норми; він ґрунтується на викладенні реальних фактів, підтверджених емпіричними даними, і є простором для оприлюд-

нення авторського погляду на подію чи явище, моделюючи в такий спосіб мислення й інтереси соціуму. Відбір номінативних одиниць у публіцистичному тексті відбувається за принципом комунікативної релевантності: як прагматичною настановою автора, так і компетентнісною підготовленістю читачів.

Публіцистичні тексти, з одного боку, відображають стереотипи масової свідомості, а з іншого – формують їх, нав'язуючи індивіду певні смаки, життєві пріоритети, моделі поведінки, у тому числі мовленнєвої [4, с. 191–201]. До таких стереотипів належать, зокрема, гендерні стереотипи, стереотипи гендерної ідентичності, відображені у відібраних для аналізу в цьому дослідженні текстах.

Поєднання публіцистичного й наукового стилів у цілісному тексті уже привертало увагу дослідників. Так, О. Косюк зауважує, що публіцистичність надає "голим науковим" фактам морального та етичного обрамлення [10]. Однак важко погодитись із твердженням дослідниці про те, що публіцистика – синонім журналістики, медіатекст, що охоплює філософські трактткти, античні драми, художні твори, наукові праці, у яких критичне превалює над естетичним [10], оскільки перелічений жанровий спектр вимагає більш уточненого дефінування.

Суголосною у цьому руслі є думка М. Титаренко про те, що публіцистика є соціокультурним феноменом, якому притаманні різні прояви та рівні актуалізації, найвищий рівень розуміння якого дозволяє вважати його родовим поняттям відносно видового розмаїття [12, с. 48]. У такому розумінні наукова публіцистика вписується у матрицю дискурсу, який пояснює людині світ навколо і саму людину в світі.

Серед українських мовознавців Н. В. Зелінська вперше запропонувала визначення наукової публіцистики як "сукупність творів (видань), зміст яких – наукова інформація загального характеру (відомості про людей науки та їхні досягнення, визначні факти та оригінальні гіпотези, узагальнені описи експериментів та міркування про стан науки) – становить публічний інтерес за межами її створення та безпосереднього використання" [6]. Фактографія наукового дослідження обрамлюється публіцистичною поетикою, створюючи текст, повідомлення, максимально наближене до реалій.

Текст наукової публіцистики, окрім притаманних такому об'єктові загальних родових рис, має специфічні ознаки: орієнтованість на конкретне коло читачів, розгорнуте представлення проблеми, фактуальність, переконливість (аргументованість), злободенність.

Науковий текст стає публіцистичним, якщо він призначений для можливості сприйняття широким загалом читачів, тобто виходить у періодичному виданні. Тут підтверджується думка В. Здоровеги про те, що "будь-який виступ, звернений до широкої аудиторії, тією чи іншою мірою виконує публіцистичні функції, стає публіцистичним" [5, с. 224].

Науковий текст, як і будь-який інший, відображає залежність мовного твору від багатьох екстралінгвістичних обставин – перш за все, фонових знань автора, його уявлень про світ, статусу, колективного авторства, періодичності публікацій. Текст також орієнтується на інтерпретатора-читата (чоловіча, жіноча, гендерно нейтральна аудиторія, вікова диференціація). Тобто, суто лінгвальний вимір тексту поєднується з екстралінгвальним та внутрішнім лінгвокогнітивним вимірами [11]. А лінгвокогнітивний аспект реалізується в лінгвокогнітивних моделях, що відбивають екстралінгвальну інформацію у мовній свідомості індивіда й впливають на творення й сприйняття тексту, й зокрема – на вибір мовних засобів [11].

Наукова публіцистика поєднує ознаки публіцистичного стилю (зокрема, злободенність, актуальність висвітлюваних проблем, періодичність видань) і наукового стилю (відповідна термінологія, об'єктивність, логічність викладу, аргументованість). Результатом поєднання наукового ТА публіцистичного стилів є обмежена кількість жанрів наукової публіцистики (стаття, критичний огляд, рецензія). Наукова публіцистика відображає наукову картину світу.

Розширення сфери функціонування наукового тексту – із вузько специфічної царини фахівців до широкого загалу читачів, які цікавляться суспільно релевантними науковими здобутками – перемістило науковий текст у площину публіцистики: "наука і техніка можуть бути реалізовані лише в соціальних діях і в соціальних інститутах" [8, с. 16–17]. Структурація та семантизація наукового тексту у публіцистичній системі координат відбувається завдяки взаємодії різновекторних складників цього культурного явища, оскільки "загальнокультурний контекст є тим своєрідним силовим полем, яке регулює/деформує комунікативні властивості тексту, що перебуває у цьому полі" [6].

Зокрема, злиття наукового і публіцистичного стилів можна помітити в такому фрагменті:

What might a notion of dis/organized pleasure mean, for example, for impoverished women struggling to escape domestic violence in their daily lives? What constitutes the notion of sexual rights for female or transgender sex workers in the most marginalized and excluded settings? Or for the poor youth of the peri-urban communities that ring modern metropolitan urban centres in countries and cultures around the world? How can we begin to address these forms of exclusion through our research, in ways that will be meaningful for those in the front lines of such on-the-ground struggles? These are just some of the questions that we will only be able to begin to answer if we are willing to listen to the silences, and to open our eyes to the invisibilities, that are still so much a part of sexual life for so many people around the world [14, с. 262].

Риси публіцистичного дискурсу виявляються у прямих запитаннях до читачів, використанні займенників першої особи множини для залучення аудиторії до спільних дій, ілюстрування поставленої проблеми. На мовному рівні фрагмент скомпонований переважно з однорідних інтерогативних речень, ускладнених відокремленою конструкцією, що загалом утворює смислову гетерогенність. Метафори *listen to the silences, open our eyes to the invisibilities* натякають на множинні приховані смисли, що передбачають численні особистісні інтерпретації. Фактуальність, документальність публіцистики кодифікуються в актуальних для сучасного суспільства проблемах домашнього насильства (*domestic violence*), сексуального рабства (*sex workers*), бідності (*impoverished women, the poor youth of the peri-urban communities*). Семантизація концепту URBAN здійснюється на протиставленні (*peri-urban communities – metropolitan urban centres*), що засвідчує неоднорідність міського життя як у плані достатку, так і реалізації особистісної гендерної ідентичності й відповідно – задоволенні сексуальних потреб. Науковість проглядається у використанні лексеми *research*, термінології з царини гендерних студій (*female, transgender*), вказівкою на зосередження дослідницького інтересу на певній частині суспільства (*impoverished women, female or transgender sex workers, poor youth of the peri-urban communities*) і зазначенням перспектив подальших досліджень (*some of the questions that we will only be able to begin to answer*), що характерно для заключної частини наукової статті.

Постмодернізм як сучасна течія світобачення пронизує усі сфери суспільного життя. Його проникнення в наукові тексти є при-

родним, адже "твори, що формують корпус наукової літератури, не виникають у культурному вакуумі" [6]. Полемічність, характерна для наукової прози, покликана висвітлити позицію автора-дослідника та його доповнення/розширення/критику/заперечення існуючих теорій. Постмодерністська поетика наукового тексту зумовлюється руйнуванням канонів стилістичної належності й перекроюванням, а подекуди – й стиранням меж між стилістичною маркованістю мовних творів. Злиття публіцистичності й науковості ґрунтується на суспільній значущості тексту як засобу соціальної комунікації: "Веденню науки підлягають усі ті дані, які суспільство вважає гідними повідомлення... наука – це те, що викладається" [2, с. 375].

Пізнавальна й інформативна функції наукового публіцистичного тексту забезпечують не лише донесення частки нових знань, а й слугують поштовхом до встановлення нових семантичних зв'язків між образами реальності у свідомості індивіда. Таке когнітивне моделювання руйнує усталені стереотипи.

Оскільки кожна епоха створює міф власного пояснення [7, с. 10], епоха постмодернізму як світобачення, новітня філософія пізнання, парадигма критичного судження і практика аналізу потребує синхронізації з сучасністю у сфері наукових пошуків, унаслідок чого відображення результатів останніх зазнають кардинальних змін. Утілюючи суть такої видозміни, науковий текст набуває публіцистичних рис як у плані змісту, концепції, так і за вербальною репрезентацією. Ілюстрацією наведених положень може бути такий уривок:

Structural and societal prejudice against gays is deeply imbedded within some political and social norms, but our research shows that it is not static. Rather, prejudice is constructed – culturally, historically and otherwise – and thus vulnerable to political pressure [13, с. 66].

Неминучість спілкування автора-науковця із суспільством має своїм наслідком деканонізацію наукового тексту як створеного виключно для фахівців, заснованого на наукових фактах безвідносно до суспільно-політичних обставин. Досліджуючи фактори формування гомонегативності як способу суспільного сприйняття осіб із нетрадиційною гендерною ідентичністю, автори процитованого тексту апелюють до політичних і соціальних норм (*political and social norms*), упередженості (*prejudice*) і політичного тиску (*political pressure*). Семантизація концепту GAY представлена як динамічне явище, що конструюється залежно від культурних,

історичних та інших (*culturally, historically and otherwise*) факторів. Новий спосіб мислення, притаманний цивілізації в епоху постмодернізму, віддзеркалює світ як багатоманітне, багаторівневе, складне, хаотичне утворення, яке неможливо описати як монолітне ціле за допомогою яких-небудь загальних теорій, що претендують на істинне, єдино правильне знання про дійсність. Тому в наступному абзаці цього ж тексту пропонується множинність напрямків вирішення проблеми гомосексуалів:

Legal rights and affirmative policies are obviously not the only social determinants of health and well-being – efforts to change the environment for gays must proceed at multiple fronts simultaneously – but the provision of such legal protections and rights have been shown also to affect community values [13, с. 66].

Наукова проблема отримує суспільний спосіб вирішення (*social determinants*), чим вписується в постмодерністське прагнення поєднати, взаємодоповнити існуючі істини (*multiple fronts*) і поставити під "епістемологічний сумнів" [7, с. 15] можливість єдиного вірного людського знання, яке існує не як набір певних істин, а як проблемне поле [7, с. 27]. Залежно від стану здоров'я й добробуту осіб із нетрадиційною гендерною ідентичністю від задекларованих громадянських прав і свобод (*legal rights and affirmative policies, legal protections and rights*) проглядається традиційна для постмодернізму інтертекстуальність (тексти законів, політичні документи), яка створює "поліфонізм світів, а не тільки голосів та ідей" [1, с. 119].

Висновки і перспективи подальших досліджень. Феномен наукової публіцистики потребує подальшого переосмислення В матриці новітніх постмодерністських орієнтирів, які відповідають соціальним запитам і знаходять мовне вираження. Лінгвістичні ознаки текстів наукової публіцистики, як засвідчив проведений огляд, охоплюють переважно змістовий план (представлення результатів суспільно значущих досліджень, комунікативна релевантність, багатоплановість проблематики). Формальний бік науково-публіцистичного тексту виражається, передусім, у залученні великої кількості тематично маркованої (зокрема, гендерної) лексики, специфічними синтаксичними конструкціями, використанням певних стилістичних і риторичних прийомів. Світоглядні засади постмодернізму в аналізованих текстах виявляються через ризоматич-

ність позиціонування ключових понять, руйнування стереотипів, критику раціонального обґрунтування явищ дійсності, інтертекстуальне прочитання. Перспективним є поглиблене вивчення поетики текстів наукової публіцистики як складників постмодерністського дискурсу в ракурсі їхньої жанрової специфіки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бабелюк О. А. Принципи постмодерністського текстотворення сучасної американської прози малої форми : монографія / О. А. Бабелюк. – Дрогобич : Вимір, 2009.

2. Барт Р. Избранные работы. Семиотика. Поэтика ; пер. с фр. Г. К. Косикова. – М. : Прогресс, 1989.

3. Вартанов Г. Засоби масової інформації : короткий словник термінів і понять / Г. І. Вартанов. – К. : Грамота, 2005.

4. Желтухина М. Р. Функции мас-медиального дискурса / М. Р. Желтухина // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе : межвузовский сб. науч. трудов. – Орел, 2007. – Вып. 5. – С. 191–201.

5. Здоровега В. Теорія і методика журналістської творчості : підручник / В. Й. Здоровега. – Л. : ПАІС, 2004.

6. Зелінська Н. В. Поетика наукового тексту: українська наукова публіцистика XIX – початку XX ст. : дис. … д-ра філол. наук : 10.01.08 / Н. В. Зелінська. – К., 2004. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : ns.disser.com.ua›contents/5193.html

7. Ильин И. П. Постмодернизм от истоков до конца столетия : эволюция научного мифа / И. П. Ильин. – М. : Интрада, 1998.

8. Козловски П. Культура постмодерна : общественно-культурные последствия технического развития ; пер. с нем. / П. Козловски. – М. : Республика, 1997.

9. Корінний М. Короткий термінологічний словник з української та зарубіжної культури / М. Корінний, Г. Потапов, В. Шевченко В. – К. : Україна, 2000.

10. Косюк О. Публіцистика й публіцистичність як дискурс та інтердискурс у царинах культури і масової комунікації / Оксана Косюк [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://kulturolog.org.ua/i-conference/2012/109-infconf2012/551-kosiuk.html

11. Лук'янова Т. Об'єктивація гендерних стереотипів англомовними атрибутивними сполученнями, що позначають природні характеристики людини [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://eprints.zu.edu.ua/2431/1/209-212.pdf

12. Титаренко М. Феномен публіцистики : проблема дефініцій / М. Титаренко // Вісн. Львів. ун-ту. – Серія журналістика. – Л. : 2007. – Вип. 30. – С. 41–50.

13. Berg R. C. Structural and environmental factors are associated with internalised homonegativity in men who have sex with men : Findings from the European MSM Internet Survey (EMIS) in 38 countries / R. C. Berg, M. W. Ross, P. Weatherburn, A. J. Schmidt //Social Science & Medicine. – Vol. 78. – 2013. – P. 61–69.

14. Parker R. Sexuality, culture and society: shifting paradigms in sexuality research / Richard Parker// Culture, Health & Sexuality. – 2009. – № 3. – Vol. 11. – P. 251–266.

Стаття надійшла до редколегії 20.04.2016 р.

Марчишина А. А., канд. филол. наук, доц.,
Каменец-Подольский национальный университет имени Ивана Огиенко

НАУЧНАЯ ПУБЛИЦИСТИКА В МАТРИЦЕ ПОСТМОДЕРНИЗМА: ЛИНГВИСТИЧЕСКОЕ ИЗМЕРЕНИЕ

Систематизировано подходы к изучению текстов научной публицистики с точки зрения постмодернистского мировоззрения. Публицистичность рассматривается как междисциплинарное и многоплановое явление, присущее языковым произведениям на общественно значимую тематику, а научность – как свойство текстов, содержание которых представляет анализ данных, полученных эмпирическим или логически обоснованным путем. Научная публицистика отображает результаты исследований, содержащих публичный интерес. Признаки постмодернизма проявляются в ризоматическом позиционировании ключевых понятий, разрушении устоявшихся стереотипов гендерной идентичности, критике рационального объяснения действительности и интертекстуальное прочтение рассмотренного материала.

***Ключевые слова**: публицистический текст, научный текст, научный публицистический текст, постмодернизм, лингвальные факторы, гендерная идентичность.*

Marchyshyna Alla, Candidate of Sciences in Philology, Associate Professor, Department of English Kamianets-Podilsky Ivan Ohienko National University

SCIENTIFIC PUBLICISM IN POSTMODERN MATRIX: LINGUISTIC PLANE

The paper presents a systemic overview of scientific publicist texts from the point of postmodern philosophy. Publicism is treated as an interdisciplinary and multifaceted phenomenon peculiar to socially relevant lingual objects while texts are considered scientific if their contents reveals empirically obtained or logically validated data. Scientific publicist texts represent the research results which possess some public interest. Rhizomatic positioning of key concepts, destruction of deep-seated social stereotypes of gender identity, criticism of rational explanation of real phenomena and intertextual perusal are postmodern peculiarities of the material in question.

***Key words**: publicist text, scientific text, scientific publicist text, postmodernism, lingual factors, gender identity.*

УДК 821.111-1'255.4“18”=161.

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

ІРОНІЯ В ПОЕМІ ДЖОРЖА БАЙРОНА "ДОН ЖУАН" ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇЇ ВІДТВОРЕННЯ В УКРАЇНСЬКИХ ПЕРЕКЛАДАХ

Досліджено ключові особливості творення іронії в поемі Байрона "Дон Жуан" та проаналізовано способи їхньої передачі в перекладах С. Голованівського та В. Богуславської.

***Ключові слова:** іронія, переклад, засоби створення іронії, контекст.*

Надзвичайна постать Байрона, геніальність та оригінальність його творів поклали початок зародженню явища байронізму, се-

ред визначальних характеристик якого можна назвати почуття розчарування в суспільстві та світі, настрій "світової скорботи", песимістичну оцінку життя; культ надлюдини, пошук яскравих, сильних особистостей в історії й літературі; індивідуалізм; бунтарство. Поема "Дон Жуан" не пориває з принципами романтизму чи з байронічним героєм – Байрон робить їх об'єктом іронії. Автор висміює вади суспільства, людські пороки, лицемірство та "мішуру почуттів", і це головна лінія, навколо якої вибудовується весь твір. Численні ліричні відступи автора відсувають перипетії в житті головного героя на другий план. Складається враження, що любовні пригоди Дон Жуана, його радості та страждання і взагалі весь сюжет служать ілюстрацією до роздумів поета, або ж приводом для його критичних спостережень і зауважень.

Поема наскрізь просякнута іронічним світосприйняттям автора. Іронія допомагає Байрону втілити початковий задум: "висміяти все на світі" [5, с. 156] і створити своєрідну пародію на свій власний "байронічний" тип героя. Переклад поеми не може вважатися повноцінним, якщо в ньому не збережено авторської іронічної манери оповіді, його аристократичного почуття гумору. Тож **метою** нашого дослідження є визначити, чи вдалося перекладачам – Саві Голованівському та Валерії Богуславській – зберегти іронію оригіналу у своїх перекладах і за допомогою яких засобів.

У цій статті ми визначаємо основні мовні засоби, які Байрон використовує для створення комічного ефекту, а також розглядаємо перекладацькі рішення при відтворенні іронії на конкретних прикладах.

Іронія, у перекладі з грецької, буквально означає *удавання*. До визначення поняття "іронія" існує два підходи. Згідно з першим, іронією називають повноправним видом комічного (поряд із гумором і сатирою); згідно з іншим, іронія тлумачиться як стилістичний засіб, який виражає насмішку або лукавство. Часто літературознавці також виділяють романтичну іронію – своєрідну ідейно-естетичну оцінку, що підкреслює відносність будь-яких обмежувальних за своїм змістом і значенням сторін життя – побутової відсталості, станової вузькості тощо. Романтична іронія зображує прірву, що розділяє мрії й реальність, викриває непостійність і відносність земних цінностей. Серед перших іронічних романтиків згадують імена Е. Гофмана, Р. Гайне; є серед них ім'я Байрона [1, с. 31].

Іронія є багатоплановим і багатовимірним явищем, що поєднується із зовнішньою ємністю й лаконічністю форми. Іронічний

сенс створюється за допомогою великої кількості стилістичних засобів. До таких належать: порівняння, зевгма, оксиморон, каламбур, парадокс, метафора, гіпербола тощо.

Розгляньмо засоби, до яких найчастіше вдається Байрон задля створення іронії.

Порівняння – зіставлення різних предметів або їхніх якостей. Байрон прирівнює непостійність серця до небесної мінливості і чергування дня і ночі: *The heart is like the sky, a part of heaven, / But changes night and day, too, like the sky (2/214).* А кількома октавами вище розповідає (звісно, іронічно), наскільки ненависним для нього є така непостійність*: I hate inconstancy – I loathe, detest, / Abhor, condemn, abjure the mortal made / Of such quicksilver clay that in his breast / No permanent foundation can be laid.* Цілих шість дієслів присвячено переконуванню читача в "щирості" своїх почуттів: чотири синоніми з дещо різними відтінками значень (*hate, loathe, detest, abhor*), і ще два дієслова, які можна перекласти як "засуджую" та "зрікаюся". Увесь цей арсенал стосується непостійності, – ненадійного матеріалу, сипучого піску "в грудях", на якому неможливо закласти надійний фундамент чогось надійного, справжнього, довговічного. У цій же октаві поет розповідає про миловидну незнайомку на маскараді, що збурила його почуття і змусила через це почуватися лиходієм: *Andyetlastnight, beingatamasquerade, / Isawtheprettiestcreature, freshfromMilan, / Whichgavemesomesensationslikeavillain (2/209).* Таким чином, контекст створює те середовище, у якому порівняння *heartislikethesky* цілком реалізується як засіб створення комічного ефекту, а саме іронії.

Оксиморон – різновид тропа, суть якого полягає у сполученні слів або словосполучень, значення яких є взаємовиключними, що створює ефект парадоксу. У поемі можна знайти метафоричне порівняння жінки з "беззвучною грозою" – *silentthunder (6/57)*. Іронічність реалізується за рахунок контексту: примхлива султанша звикла отримувати своє, і стриманість Дон Жуана збивала її з пантелику і сердила. Тож образ норовливої жінки, у якій накипає невдоволення, яке вона ще не почала оформлювати чи то вербально, чи то діями, дуже вдало охрещено оксимороном *silentthunder:* троп привертає увагу читача своєю парадоксальністю і увиразнює іронічне ставлення автора до героїні.

Справжнім викликом для перекладача є каламбур – (фр. calembour – гра слів) – стилістичний прийом, основою якого єомоні-

ми, пароніми, будь-які форми полісемантичності; часто вживається в комічному та сатиричному контекстах. У третій октаві тринадцятої пісні Байрон обігрує знання прикметника *fair:* спершу використовуючи його у стійкому словосполученні *fairsex*, тобто "прекрасна стать", а потім, ніби висмикнувши з нього прикметник, нагадує читачу його початкове значення. Як правило, у фразеологізмах значення окремих елементів стираються, перестають сприйматися, і всі вони "дифузують" у єдине ціле. Байрон загострює увагу на означенні, оновлює його семантику у свідомості читача, іронічно натякаючи, що прекрасна стать буває не такою вже й прекрасною, хоч їй і варто було б відповідати своєму званню.

У четвертій пісні доля заносить Дон Жуана на корабель. Отямившись, герой *foundhimselfatsea* – починає розуміти, що він уморі. Англійський вираз *tobeatsea* також означає *tobeat a loss*– "бути розгубленим", "не знати, що робити", і це значення також "активується" в контексті.

Парадокс – твердження, що суперечить прийнятим у суспільстві нормам і поняттям. Висміюючи лицемірство, Байрон створює афористичні рядки: '*Tis melancholy, and a fearful sign / Of human frailty, folly, also crime, / That love and marriage rarely can combine* (3/5). Хоч би скільки траплялося випадків шлюбів "за розрахунком", подружньої невірності та скандалів, норми моралі ніколи не дозволять суспільству визнати, що щасливі "священні узи" є швидше винятком, ніж закономірністю (як це прийнято вважати). Байрон не з чуток знає про обтяжливість таких шлюбних "пут". Він називає ті суспільні "схеми", що спонукають людей одружуватися без кохання, легкодухою ознакою моральної слабкості, відсутності здорового глузду і навіть злочином.

Ще один афористичний парадокс також стосується теми "подружнього щастя": *All tragedies are finish'd by a death, / All comedies are ended by a marriage.* Парадоксальності це спостереження набуває саме в контексті. Іменник "комедії", окрім свого першого значення драматичного твору з веселим, смішним або сатиричним сюжетом (http://sum.in.ua/s/komedija), реалізує своє інше значення: "комізм", "курйоз" – тобто всі веселощі закінчуються весіллям. Паралелізм і контрастність конструкції додає особливої іронічності афоризму.

Зевгма – вживання паралельних конструкцій із різним значенням; одночасне відтворення обох значень однієї полісеман-

тичної одиниці в межах одного контексту. Приклад знаходимо у шостій пісні: *Kisses, sweet words, embraces, and all that… They are put on as easily as a hat.* Ідеться про лицемірство жінок, яким розіграти виставу люб'язності з поцілунками, ніжними словечками й обіймами так само легко, як одягти капелюшка. В оригіналі це порівняння виглядає тим ефектніше, що і поцілунки з обіймами, і капелюшки семантично пов'язані з одним єдиним фразовим дієсловом *toputon:* "вдавати, прикидатися" і "вдягати на себе". Обидва значення реалізуються в контексті, тим самим створюючи іронічне знецінення удаваних жіночих почуттів. Байронівське порівняння серця з мінливим небом знаходимо в обох перекладах з тією лише різницею, що С. Голованівський змінює образ серця на образ душі: *Душа, як небо, – теж частина раю. / Як в небі, в ній буває день і ніч* [10, с. 143]. В. Богуславська, у свою чергу, порівнює поведінку серця і небес: *Поводяться серця, як небеса: / То ніч, то день – господарі і гості* [11, с. 116]. Останній варіант перекладу видається багатшим: перекладачка метафорично називає ніч і день господарями і гостями. До того ж, вдалішим, на наш погляд, є використання іменника "серце", оскільки образ серця, мотив сердечних страждань займають чільне місце у творчості романтиків, а от "мінлива душа", в якій "буває день і ніч", швидше наштовхує на думку про амбівалентність людського начала та філософські роздуми про добро і зло.

Саме по собі це порівняння не створює комічного ефекту. Як і в оригіналі, на допомогу приходить контекст. Перед тим, як визнати непостійність людського серця, автор маніфестує свою ненависть до мінливості почуттів:

"Ненавиджу несталість хворобливу, Текучу й невловиму, наче ртуть!" (перекл. С. Г.) [10, с. 142], *"Ненавиджу несталість – до відрази, / За неї смертних шпетять і клянуть, / Цієї ртуті, пошесті, зарази / Ніколи не позбутися, мабуть"*(перекл. В. Б.) [11, с. 115]. Синонімічної наснаженості оригіналу (*hate, loathe, detest, abhor)* не збережено в жодному перекладі, хоч натяк на неї є у варіанті В. Богуславської. Перекладачка використовує підсилення міри вияву почуття: "ненавиджу" – "до відрази", а потім ще ряд контекстуальних синонімів до іменника "несталість": *ртуть, пошесть, зараза.* Комізму додає вживання розмовно-побутової лексики (*шпетять і клянуть).* Не важко помітити, що

В. Богуславська намагається зберегти стилістичну специфіку октави, використовуючи ті ж самі мовні засоби, що й автор. Різниця полягає лише в тому, що вона додає контекстуальні синоніми до іншого члена речення. Підхід С. Голованівського в цьому випадку фактично можна назвати буквалізмом: перекладач відтворює словникові значення слів (з деякими випущеннями, як цього вимагає поетична форма), при цьому не дбаючи про збереження стилістичної специфіки. Через це контекст послаблює іронічний ефект, хоч, загалом, іронія відчувається в обох перекладах (лише з різною інтенсивністю).

Оксиморон, на перший погляд, не становить складнощів для перекладу, оскільки, як правило, його схема виглядає таким чином: прикметник + іменник, іменник + іменник, прислівник + дієслово тощо. Тобто така схема дозволяє перекласти кожен окремий елемент і отримати такий собі "дослівний оксиморон". Для перекладачів поеми "Дон Жуан" завдання ускладнюється жорсткими обмеженнями поетичної форми. Байронівський оксиморон *silentthunder* можна перекласти як "беззвучна гроза" або "тихий грім". С. Голованівський змінює словосполучення підрядним означальним реченням: "*гроза, що підкрадається без грому*" [10, с. 263]. У В. Богуславської це теж грім, "*що лунає мовчки*" [11, с. 233] (лунати мовчки – дієслово + прислівник: змінено схему оксиморона). І в цьому випадку перекладачка відтворила стилістичний засіб, використавши інший член речення; С. Голованівський знову пожертвував мовною фігурою задля максимально точного відтворення значення виразу.

Іронічні рядки-афоризми вимагають при перекладі, як може здатися, небагато: повноцінноговідтворення змісту і лаконічної, стислої форми, яка б була своєрідним "згустком думки". Афористичні вислови, розбавлені "словесною домішкою", покликаною створювати віршований розмір чи слугувати римою, – неодмінно втратять досконалість, притаманну крилатим висловам. Проаналізуймо українські переклади фрази Байрона, що стала крилатою: *'Tis melancholy, and a fearful sign / Of human frailty, folly, also crime, / That love and marriage rarely can combine* [12, с. 537]. С. Голованівський зберіг основну думку, пожертвувавши деякими не менш важливими деталями: *"І факт: з одного кореня посталі, / не миряться закоханість і шлюб, / і почуття вгасають*

занепалі, / і все частіше хочеться у клуб" [10, с. 194]. Відтворена фактуальна інформація, а от концептуальну перекладач майже повністю залишив поза увагою: україномовний читач навіть не здогадується, що в оригіналі Байрон дає оцінку власному спостереженню, називаючи сумну закономірність людською легкодухістю, безумством і навіть злочином.

В. Богуславській вдалося відтворити зміст оригіналу повніше: *"Сумний, дражливий висновок намислив: / Людська природа хибна – Божий брак, / Любов і шлюб – дві речі несумісні, / Хоч народились двійнею"* [11, с. 166]. "Легкодухість, безумство і злочинність" людської природи вона виразила одним-єдиним словом: "хибна", що цілком виправдано в іронічному контексті. Крім того, перекладачка досить сміливо використовує Байронову звичку звертатися до читача, ділитися тим, що спадає на думку: …дражливий висновок намислив. Це цілком відповідає невимушеності байронівської оповіді загалом, хоч у цій конкретній октаві поет просто констатує: *'Tismelancholy, and a fearfulsign.*

На цьому прикладі знову стає помітним тяжіння С. Голованівського до відтворення якомога більшого відсотка фактуальної інформації.

Таку ж тенденцію можна помітити і в іншому прикладі:
Alltragediesarefinish'dby a death,
Allcomediesareendedby a marriage [12, с. 490].

Трагедії кінчаються смертями,
комедії – одруженням швидким.(Перекл. С. Г.) [10, с. 147]

Фінал усіх трагедій – смерть героя,
Весілля – то комедії вінець.(Перекл. В. Б.) [11, с. 119]

С. Голованівський перекладає речення майже дослівно. От тільки до іменника "одруження" додає прикметник "швидке". Таке доповнення розбавляє насичену іронію Байрона: покласти кінець радощам може будь-яке весілля, у тому числі, ретельно сплановане. В. Богуславська використовує транспозицію частин мови, замінюючи дієслова *finish'd*і *ended* синонімічними іменниками *фінал* і *вінець,* і відтворює думку речення без відхилення, зберігаючи іронічний ефект. При цьому форма обох варіантів перекладу лаконічна, що надає фразі витонченості афоризму.

Звичайно, навіть кількох прикладів перекладів афоризмів недостатньо, щоб віддати пальму першості одному з перекладачів: сімна-

дцяти пісень, що рясніють байронівськими афоризмами, вистачає, щоб знайти десятки й сотні вдалих рішень у перекладах обох перекладачів, тож розглянуті вище приклади служать лише ілюстрацією до думки про лаконічність як обов'язкову вимогу крилатих фраз.

Отже, дослідивши певні аспекти створення іронії в поемі Байрона "Дон Жуан" і проаналізувавши два українські переклади, ми прийшли до висновку, що перекладачам вдалося створити українські варіанти "Дон Жуана", зберігши загальну іронічну канву поеми. При цьому, як показало наше дослідження, перекладачі, в основному, послуговувалися аналогічними засобами створення іронії, а саме: порівнянням, оксимороном, каламбуром, парадоксом, метафорою, гіперболою тощо.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Борев Ю.* Комическое / Ю. Борев. – М. : Искусство, 1970.

2. *Кам'янець А.* Інтертекстуальна іронія і переклад / А. Кам'янець, Т. Некряч. – К. : Видавець Карпенко В. М., 2010.

3. *Клименко Е. И.* Байрон. Язык и стиль. Пособие по курсу стилистики английского языка / Е. И. Клименко. – М. : Из-во МГУ, 1960.

4. *Корнилова Е. Н.* От эпоса к роману: "Дон Жуан" Дж. Г. Байрона в свете исторической поэтики [Текст] / Е. Н. Корнилова // Журналистика и культура русской речи. – 2010. – № 4. – С. 46–62. – Библиогр.: с. 61–652 (11 назв.).

5. *Павличко С.* Байрон. Нарис життя і творчості // Зар. літ.: дослідження та критичні статті. – К., 2001. – С. 153–271.

6. *Пермінова А. О.* "Дон Жуан" Дж.Г. Байрона та Є. Голованіського / А. О. Пермінова // Вісн. Житомир. держ. ун-ту ім. І. Франка. – Житомир : Житомир. держ. ун-т, 2007. – №. 33. – С. 149–153.

7. *Чередниченко А. И.* Лингвистические проблемы воссоздания образа в поэтическом переводе : Тексты лекций / А.И. Чередниченко, П. А. Бех; МВ и ССО УССР КГУ им. Т. Г. Шевченко. – Киев : КГУ, 1980.

8. *JIM COCOLA*. Renunciationsof Rhymein Byron's Don Juan. – http://users.wpi.edu/~jcocola/publications/cocola.renunciations-of-rhyme-in-byrons-don-juan.pdf.

9. *Leslie A.* Marchand. Narrator and Narration in Don Juan. - http://www.jstor.org/discover/10.2307/30213171?uid=3739232&uid=2134&uid=2480164043&uui=2&uid=2480164033&uid=70&uid=3&uid=60&purchase-type=none&accessType=none&sid=21103767 06 0853&showMyJstorPss=false&seq=16&showAshowA=false

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

10. *Байрон Дж. Г.* Дон Жуан : Поема / Дж. Г. Байрон; Ін-т літ-ри ім. Т. Г. Шевченка НАНУ ; пер. з англ. С. Є. Голованівського. – Харків : Фоліо, 2001.

11. *Дон Жуан* / Д. Г. Байрон ; пер. В. Богуславська. – К. : [б. в.], 2007.

12. *Byron, Lord George Gordon*. Lord Byron – the major works; Oxford University Press. – Oxford, 2008.

Стаття надійшла до редколегії 18.04.2016 р.

Масановец В. Ю., студ.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

ИРОНИЯ В ПОЭМЕ ДЖОРДЖА БАЙРОНА "ДОН ЖУАН" И ОСОБЕННОСТИ ЕЕ ВОССОЗДАНИЯ В УКРАИНСКИХ ПЕРЕВОДАХ

Рассмотрены ключевые особенности создания иронии в поэме Байрона "Дон Жуан" и проанализированы способы их воспроизведения в переводах С. Голованивского и В. Богуславской.

Ключевые слова:*ирония, перевод, средства создания иронии, контекст.*

Masanovets V. Y., student
Taras Shevchenko National University of Kyiv

IRONY IN BYRON'S "DON JUAN" AND SPECIFICS OF ITS RENDERING IN THE UKRAINIAN TRANSLATIONS

The article dwells on the distinctive features of the creation of irony in Byron's "Don Juan" and the main ways of rendering them into Ukrainian in the translations of S. Holovanivskiy and V. Boguslavska.

Keywords: *irony, translation, means of creation of irony,context.*

УДК 81'27

Маслун А. О., студ.
Скопненко О. І., канд. філол. наук, старш. наук. співроб.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

СТАНОВЛЕННЯ СИСТЕМИ АГІОНІМІВ У СУЧАСНИХ УКРАЇНСЬКІЙ І БІЛОРУСЬКІЙ ЛІТЕРАТУРНИХ МОВАХ

Досліджується система агіонімів у білоруській та українській мовах, їхня варіативність залежно від конфесійної належності.

Ключові слова: *ономастика, агіоніми, агіоантропоніми, конфесії, білоруська мова, українська мова.*

Постановка проблеми. Агіоніми як назви святих функціонують не лише урелігійному просторі, а й у щоденному житті, оскільки вони є частинами різних типів онімів, особливо антропонімів. Варто зазначити, що належність агіоніма до певної конфесійної традиції впливає на його зовнішню форму. Україна і Білорусь – багатоконфесійні країни. Якщо в Україні переважає православ'я, то в Білорусі, крім православної, важливу роль відіграє й римсько-католицька конфесія. Це зумовило більшу варіативність агіоніма в білоруській мові проти української. У свою чергу це явище породжує додаткові проблеми під час перекладу білоруських агіонімів українською мовою.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Агіоніми як імена святих і їхню роль у формуванні слов'янського іменника́, функціонування в мові та вплив на традиції й культуру слов'янських народів вивчали І. В. Бугайова [2], Т. А. Іванова [6], Н. В. Подольська [15], Д. Айдачич [1], А. М. Мезенко [11] та ін.

Мета дослідження. Метою статті є розкриття поняття агіонімів, особливостей їхнього функціонування в сучасних українській і білоруській літературних мовах. Основними методами, використаними під час дослідження, є порівняльний та описовий. У статті розглянуто приклади з різницею зовнішньої форми залежно від конфесії. Актуальність роботи полягає в можливості використання матеріалу під час вивчення ономастики білоруської мови та її тематичних полів порівняно з відповідним матеріалом української мови.

Основні результати дослідження. Християнська релігія мала величезний вплив на світогляд, культуру та традиції українців і білорусів. Приймаючи християнство, слов'яни навчалися не лише нового світогляду, запозичували ідеї, а й шукали захистув Бога та у християнських святих від різних людських нещасть не лише молитвою. Іменуючи дитину при хрещенні на честь святого, вони вірили в заступництво християнського діяча перед Богом за людину. Агіоніми як один із видів власних імен (антропонімів) стали щоденно вживатися у суспільстві. Християнські імена в українців і білорусів остаточно замінили питомі слов'янські лише після XV ст.

Агіонім (грец. ἅγιος святий і ὄνυμα, ὄνομα – ім'я, назва) –ім'я святого, один із видів власної назви (*укр. святий Іоан Золотоуст, преподобний Антоній Печерський, святий Павло, Діва Марія, великомученица Варвара; біл. свяціцель Кірыл,епіскап Тураўскі, мучанікі Антоній, Іаан і Яўстафій Віленскія, дабраверны князь Расціслаў Смаленскі, прападобная Манефа Гомельская, святы Язафат Кунцэвіч, біскуп і мучанік, святая Цэцылія, панна і мучаніца, святы прападобна мучанік Афанасій Брэсцкі, прападобная Еўфрасіння Полацкая*) [5, с. 10].Одним із розділів ономастики є агіоніміка, яка досліджує агіоніми.

Святою вважають міфічну або історичну особу, що прославилася за життя особливою побожністю, була шанована за святість, благочестя, праведність, міцну віру, клопотання перед Богом за людей, прославлена чудами [6, с. 32].

До святих зараховують апостолів, пророків, патріархів, мучеників за віру.

У традиційній ономастиці прийнято розуміти агіонім як ім'я святого (Н. В. Подольська [15], І. М. Желєзняк [5], Д. Г. Бучко [3] та інші), проте дослідниця І. В. Бугайова вважає, що агіонім – це більш широке поняття: словосполучення, для іменування осіб та об'єктів, що служить для іменування осіб або об'єктів, на яких спочиває благодать Божа або святість черезчин прославлення або освячення [2].

Дослідниця пропонує таку класифікацію агіонімів: агіоантропоніми (власне імена святих), що є основою для всіх інших видів агіонімів, такихяк: агіотопоніми, геротоніми (назви церковних свят), еклезіоніми (назви храмів і монастирів), іконіми (найменування ікон) [2].

Ця класифікація має багато сумнівних місць, оскільки охоплює занадто широке коло об'єктів і предметів. Ураховуючи, що імена святих є складовою частиною більшості наведених видів агіонімів,то їх легко можна зарахувати до інших типів онімів.

Основним показником віднесеності номінативної одиниці зі значенням святості є наявність сакральної семи [13, с. 212]. Наприклад: *біл. блажэнная Валянціна Мінская, святая Марта, святы Панкрат, мучанік, святы Мацвей, апостал і евангеліст (катол.); мучаніца Юльляна і зь ёю 500 мужоў і 130 жанчын, у Нікамідзіі пацярпелыя, велікамучаніца Анастасься Кайданазбаўляльніца, сьвяціцель Пілагон, Антыяхійскі (правосл.);укр. святий Митрофан, преподобна Параскева з Сербії, преподобний Никон, ігумен Києво-Печерський (правосл.).*

І. В. Бугайова вважає, що агіоніми – багатокомпонентна конструкція, оскільки має обов'язкові і факультативні компоненти, що й відрізняє його від антропоніма, адже існує велика смислова різниця між *свята Варвара* (ім'я святої) і *Варвара* (жіноче ім'я) [2]. Основна структура для агіоніма двокомпонентна (чин святості + ім'я), іноді і прізвище: *укр. мученик Лаврентій (правосл); біл. Святы Казімір, святая Жанна Францыза дэ Шанталь, законніца, святы Вацлаў, мучанік (катол.); сьвяціцель Пілагон, япіскап Антыяхійскі святы Кірыла, пакутнік Еўкарпій (правосл.).*

І. В. Бугайова вказує, що, окрім двокомпонентної структури, трапляються трикомпонентні структури: чин святості + ім'я + диференціатор. Диференціаторами можуть бути **номінатори** (*біл. Святы Валянцін, біскуп і мучанік (катол.); укр. преподобний Іоан постник (правосл.))*, **дескриптори** (*укр. святий Іоан Золотоустий, преподобний Сава Освященний (правосл.); біл. святы апостал Андрэй Першазваны (правосл.); сьвяціцель Баніхват Міласьцівы, япіскап Ферантыйскі (катол.)*), **локалізатори** (*укр. преподобний Нектарій Печер-*

ський (правосл.); *біл. прападобная Еўфрасіння Полацкая (правосл.);святая Альжбета Партугальская, святы Паўлін Нольскі (катол.)*), **агномени** (*біл. вялікамучаніца Анастасься Кайданазбаўляльніца (правосл.); укр. преподобний Алипій Стовпник*, *священномученик Ігнатій Богоносець (правосл.)*), **когномени** (*біл. Святы Рафал Каліноўскі*, *святар, святы Францішак Асізскі,благаслаўлёны Мікола Чарнецкі, біскуп і мучанік (катал.); укр. святий Григорій Палама*), **етноніми** (*біл. Мучанікі Гальляш, Проў і Арыс, ягіпцяны (правосл.)*), **титули** *(біл. Святы Дамас, Папа (катол.); укр. священномученик Петро, архієпископ Александрійський (правосл.)*). Для аналізу дібраного матеріалу використовували класифікацію І. В. Бугайової [2]. Проте, на нашу думку, між групами дескрипторів та агноменів існує дуже хитка межа, адже, скажімо, в основі назви *Золотоустий* і *Богоносець* лежить той самий метафоричний механізм. Поза всякими сумнівами ця частина термінології ще потребує подальшого вдосконалення.

Агіоніми належать не лише до релігійної сфери діяльності, їх активно використовують у повсякденному житті, адже існує традиція називати й хрестити дітей іменами святих, день яких у християнському календарі збігався з днем народження маленьких християн. Завдяки цьому агіоніми вплинули на формування іменника в християнському світі [14, с. 32].

Святий у народній уяві був не лише прикладом смирення, любові і чеснот, моральним наставником і заступником, але й виконував різні функції, такі як лікування хвороб, допомога у господарстві, побуті, суспільстві [1, с. 253]. Наприклад, святий Яків вважається опікуном Іспанії і воїнів, яблук та інших плодів, свята Марта – опікунка господинь і робітниць, у православній конфесії великомучениця Варвара є захисницею всіх людей від раптової смерті, а ім'я мученика Димитрія пов'язується з любов'ю до рідної землі, патріотизмом і подвигом воїнів.

Більшість агіонімів в українській і білоруській мовах є запозиченими з прийняттям християнства на Русі й досі активно вживаються, оскільки українські й білоруські православні та католицькі церкви користуються вже відомими у світі християнськими календарями, додаючи до них імена своїх святих. Білоруські й українські агіоніми є кальками з грецької, латинської мов, пристосовані до мовних норм кожної з порівнюваних мов. На білоруські й українські форми агіонімів помітним є вплив польської мови як транслятора католицької традиції і церковно-слов'янської – православної.

Варто зазначити, що конфесійна ситуація в Україні й Білорусі різна. Хоча Україна є багатоконфесійною країною, однак кількісно православні віряни переважають. У Білорусі ж поряд із православноюактивно функціонує римсько-католицька церква.

У сучасній білоруській мові варіанти імені святого, яке дають дитині, залежать від конфесійної належності. Зазвичай православні імена мають церковнослов'янське, грецьке коріння, а католицькі – латинське чи переважно польське з фонетичними рисами білоруської мови. Історичним фактом є те, що з прийняттям християнства більша частина білоруського населення була православною й користувалася формами імен святих православної традиції із впливами церковнослов'янської мови. У XVI–XVII ст. посилюється вплив католицької церкви і польської культури. Білоруську мову витісняють із офіційного ужитку. Із цього часу починають закріплюватися імена святих із католицького календаря, а білоруські форми імен замінюють польськими. Пізніше ще й росіянізованими варіантами.

У нашому дослідженні проаналізовано групу агіонімів, форми яких відрізняються залежно від належності доправославноїчи римсько-католицької конфесії. Особливої уваги потребує практика вживання цих агіонімів, адже така різноманітність може викликати проблеми при перекладі не лише агонімів, але й антропонімів. Для пошуку ілюстраційних матеріалів використовувалися інтернет-ресурси і церковні календарі Римсько-Католицької церкви в Україні [4], Римсько-Католицького костьолу в Білорусі [5], Гродненської єпархії білоруської православної церкви [1], Свято-Володимирського Патріаршого кафедрального собору [6].

білоруський варіант		український варіант	
Римсько-католицька церква	*православна церква*	*Римсько-католицька церква*	*православна церква*
святая Агата, панна і мучаніца	*мучаніца Агапія*	*свята Агата, діва і мучениця*	*мученица Агапія*
Святая Агнешка, панна і мучаніца	*мучаніца Агнета, Агнія*	*свята Агнеса, діва і мучениця*	*мученица Агнія*
святая Альжбета Партугальская	*праведная Елісавета*	*свята Єлизавета Португальська*	*преподобна Єлисавета*
святы Атаназій, біскуп і доктар Касцёла	*мучанік Афанасій*	*святий Атанасій, єпископ і вчитель церкви*	*мученик Афанасій*

Закінчення табл.

білоруський варіант		український варіант	
святы Базыль Вялікі	*святы Васілій Вялікі*	*святий Василій Великий*	*святий Василій Великий*
святая Барбара, панна і мучаніца	*вялікамучаніца Варвара*	*свята Варвара*	*великомученица Варвара*
святы Барталамей, апостал	*апостал Варфаламей*	*святий Вартоломей, апостол*	*святий апостол Варфоломей*
святы Вінцэнт, дыякан і мучанік	*мучанік Вікенцій*	*святий Вікентій, диякон і мученик*	*мученик Вікентій*
святы Себасцян, мучанік	*мучанік Севасціян*	*святий Севастіан, мученик*	*мученик Севастіан*
святы Стэфан, першамучанік	*першамучанік Сцяпан*	*святий Стефан, першомученик*	*первомученик Стефан*
Святы Сымон	*свяшчэннамучанік Сімяон*	*святий Симон*	*священномученик Симеон*
святы Тамаш, апостал	*апостал Фама*	*святий Тома, апостол*	*святий Апостол Фома*
святы Філіп, апостал	*апостал Філіп/Піліп*	*святий Филип, апостол*	*апостол Пилип*
святы Юзаф, абраннік Найсвяцейшай Панны Марыі	*праведны Іосіф*	*святий Йосиф, обручник Пресвятої Діви Марії*	*праведний Йосиф Обручник*
святы Якуб, апостал	*святы апостал Іакаў*	*святий апостол Яків*	*апостол Яків*
святы Ян	*Іаан Хрысціцель*	*святий Йоан Хреститель*	*святий Іоанн Хреститель*
святыя Яўхім і Ганна, бацькі Найсвяцейшай Панны Марыі	*святыя Яўхім і Ганна*	*святий Йоаким та Анна, батьки Панни Діви Марії*	*святий Йоаким і Анна*

Таким чином, агіоніми – це імена святих, які мають свою будову та відрізняються від звичайних антропонімів тим, що мають сему святості. Історично склалося, що дві гілки християнської релігії використовують різні форми одних і тих же агіонімів. У білоруській мові така різниця виразно помітна, адже Білорусь – це країна, у якій православна й римсько-католицька конфесії активно впливають на білоруську національну культуру.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Айдачич Д.* Спеціалізація святих у фольклорі слов'ян / Д.Айдачич // Вісн. Київ. ін-ту "Слов'янський університет". – К., 2002. [Електронний ресурс] / Деян Айдачич. Режим доступу: http://kapija.narod.ru/Authors/Ajdacic/ajdu_svjatye.html

2. *Бугаева И. В.* Обозначения святости в ономастическом пространстве русского языка [Електронний ресурс] / И. В. Бугаева. Режим доступу: http://www.portal-slovo.ru/philology/37388.php

3. *Бучко Д. Г.* Словник української ономастичної термінології / уклад. Д. Г. Бучко, Н. В. Ткачова. – Х. : Ранок-НТ, 2012.

4. *Жайворонок В. В.* Знаки української етнокультури : Словник-довідник / В. В. Жайворонок. – К. : Довіра, 2006.

5. *Желєзняк І. М.* Агіонім // Українська мова : енциклопедія / І. М. Желєзняк. – К. : Українська енциклопедія, 2000. – С. 10.

6. *Иванова Т. А.* Лексические особенности жизнеописаний новопрославленных святых русской православной церкви / Т. А. Иванова : дис. канд. филол. наук : 10.02.01. – М. : МПГУ, 2004.

7. *Ивашко В. А.* Как выбирают имена / В. А. Ивашко ; под ред. А. Е. Супруна. – 2-е изд., доп. – М. : Выш. шк., 1988.

8. *Коренева Ю. В.* Онимы в концептосфере преподобнического жития / Ю. В. Коренева // Вестник МГОУ. – Серия "Русская филология". – 2013. – № 3. – С. 11–15.

9. *Матвєєва Н. В.* Святі і свята України : календар церковних свят і народних традицій : Словник-довідник / Н. П. Матвєєва, А. Р. Голобородько. – К. : Укр. центр духовної культури, 1995.

10. *Мезенка Г. М.* Каляндарнае імя ў айканіміі Віцебшчыны / Г. М. Мезенка // Актуальные вопросы славянской ономастики: материалы II Междунар. науч. конф. – Г., 2004. – С. 132–137.

11. *Мезенко А. М.* Категория святости в топонимической номинации /А. М. Мезенко // Ученые записки Таврического национального ун-та им. В. И. Вернадского. Серия "Филология. Социальные коммуникации" – Симферополь, 2012. – Т. 25 (64). – № 1. – Ч. 1. – С. 359–364.

12. *Мезенка Г. М.* Сучасная беларуская анамастыка/ Г. М. Мезенка // Весці НАН Беларусі: Серыя гуманітарных навук., – М. : 2000. – № 1. – С. 131–140.

13. *Піваварчык І. В.* Сакральная тапанімія Гродзеншчыны / І. В. Піваварчык //Нацыянальная мова і нацыянальная культура: аспекты ўзаемадзеяння: зб. навук. арт. – М. : БДПУ, 2011. – С. 212–214.

14. *Першина К. В.* Антропоніми, агіоніми, хрононіми: Номінаційні зв'язки. [Електронний ресурс] / К. В. Першина. Режим доступу: http://azbuka.in.ua/wp-content/uploads/2014/12/pershina.pdf

15. *Подольская Н. В.* Словарь русской ономастической терминологии / А. В. Суперанская. – М. : Наука, 1978.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. *Белорусская православная церковь Гродненская епархия* http://www.orthos.org/

2. *Беларуская Аўтакефальная Праваслаўная царква* http://www.belapc.org/

3. *"Наша парафія" Парафія святого архистратига Михаїла*, Київ, Пирогів http://www.parafia.org.ua/

4.*Католик* http://www.katolyk.org.ua/

5. *Рыма-Каталіцкі касцёл у Беларусі* http://catholic.by/
6. *Свято-Володимирський собор Української Православної Церкви Київського Патріархату* http://www.katedral.org.ua/

Стаття надійшла до редколегії 18.04.2016 р.

Маслун А. О., студ.
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев
Скопненко А. И., канд. филол. наук, старш. науч. сотр.

СТАНОВЛЕНИЕ СИСТЕМЫ АГИОНИМОВ В СОВРЕМЕННЫХ УКРАИНСКОМ И БЕЛОРУССКОМ ЯЗЫКАХ

Исследуется система агионимов в украинском и белорусском языках, их вариативность в зависимости от конфессиональной принадлежности.
Ключевые слова: *ономастика, агионимы, агиоантропонимы, конфессии, белорусский язык, украинский язык.*

Maslun A., student
Taras Shevchenko National University of Kyiv
Skopnenko A., PhD, Senior Researcher

THE FORMATION OF THE SYSTEM OF HAGIONYMS IN MODERN LITERARY UKRAINIAN AND BELORUSSIAN LANGUAGES

The article analyzes the system of hagionyms in Ukrainian and Belorussian, with a particular focus on its variety depending onconfessional affiliation.
Keywords: *onomastics, hagionyms, hagioantroponyms, Belorussian, Ukrainian.*

УДК 81-26.347.78.034

Мельниченко О. Г., студ.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ПЕРЕКЛАД ТЕРМІНОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ ПРАВОВОГО ДИСКУРСУ В ЄВРОПЕЙСЬКОМУ СУДІ ІЗ ПРАВ ЛЮДИНИ

Досліджується проблематика перекладу в Європейському суді з прав людини, зокрема, досліджено різницю понять "decision" і "judgment", а також "order" і "ruling", які подекуди можуть спричиняти розбіжності в перекладі. Висловлено окрему думку щодо пропозицій інших авторів із питань перекладу деяких термінологічних одиниць, які використовує Європейський суд із прав людини у своїх документах.
Ключові слова: *термінологія, право, дискурс, Європейський суд із прав людини, рішення, теорія скопосу, decision, judgement.*

Українська юридична практика невпинно запозичує закордонний правовий досвід. Десь це відбувається в довільній формі, а десь в імперативній, як у випадку із практикою Європейського суду з прав людини (далі – ЄСПЛ, Суд). І не останню роль у цьому процесі відіграє переклад судових рішень, які відповідно до закону набувають статусу джерел права, тобто актів, які є формою вираження й закріплення норм права, його принципів, на підставі яких виникають чи змінюються правові відносини. Відтак, першим технічним кроком на шляху до виконання норм законодавства має бути забезпечення якості первинних джерел в українській мові.

Діяльність перекладачів, яким доводиться працювати в інтенсивному режимі (за українським законодавством рішення ЄСПЛ щодо України мають бути перекладені протягом 3 днів із моменту ухвалення), заслуговує особливої уваги з погляду перекладацьких технік, які вони застосовують. У ході перекладу процесуальних документів і рішень ЄСПЛ перекладачі вдаються до використання ряду трансформацій (калькування, запозичення,), що може бути продиктовано різноманітними факторами. Найоптимальнішою моделлю перекладу, звертатися до якої, перекладаючи рішення Суду, було б найдоцільніше, – це модель комунікативно-функціональної еквівалентності, яка є продовженням принципу відповідності єдиному правовому інструменту, який застосовується в загальноєвропейському юрислінгвістичному контексті. Ця модель і принцип ґрунтуються на відтворенні цілей, ситуацій, смислових елементів і синтаксичних структур для забезпечення рівного ефекту (функціональної еквівалентності) оригіналу і перекладу юридичного документа. Утім, попри наполегливу роботу професіоналів, помилок чи розбіжностей у документах не вдається уникнути. Так, наприклад, варто згадати проблему, яка виникає з цитуванням практики Суду в попередніх справах. Річ у тому, що сам Суд виробив певний стандарт цитування своїх попередніх рішень, натомість, навіть в офіційних перекладах рішень Суду українською, немає жодних застережень чи пояснень щодо цитування.

З іншого боку, маємо ще більш суттєві питання щодо адекватного відтворення деяких одиниць юридичної терміносистеми.

По-перше, варто звернути увагу на розмежування за суттю та формою термінів *"decision"* та "*judgment",* які містяться в Європейській Конвенції прав людини та правилах судочинства (регламе-

нті) ЄСПЛ *(Rules of Court).*На перший погляд видається, що ці терміни взаємозамінні та є ніби синонімами, аналогічно до ситуації, що розглянута О. Бровко та В.Дейнеко на прикладі Міжнародного Суду ООН [1]. Додамо, що ті частини правил, які офіційно перекладені, не розмежовують цих понять, а також варто сказати, що останній офіційний переклад правил судочинства був здійснений щодо версії від 1 листопада 2003 р., у той час як остання версія правил набула чинності 1 січня 2016 р. Відтак за відсутності оновлення та покращення офіційного перекладу перекладачам доводиться покладатися суто на свої сили. Це могло мати різноманітні наслідки, адже за відсутності вказівників щодо правильної техніки виконання перекладів рішень ЄСПЛ могли виникати різноманітні прагматичні зсуви, що, у свою чергу, повертає нас до теорії скопосу, згідно якої перекладач має брати до уваги цільову аудиторію свого перекладу.

Як показує дослідження правил судочинства ЄСПЛ, доцільно дотримуватися формулювань, на які посилаються В. Дейнеко та О. Бровко у своїй статті, щодо практики МС ООН. Вони використовують тлумачення з *Webster's Third New International Dictionary,* яке розмежовує поняття "*decision*" і "*judgment*". Зокрема, термін "*decision*" набуває процесуального, а термін "*judgment"* – формального характеру. "*Decision"* визначається як акт завершення спору між сторонами з процесуального погляду. О. Бровко та В. Дейнеко, утім, вважають, що "*decision*" також визнається як акт, яким суддя оголошує переможця у справі [1, с. 169], але ми не можемо погодитися з таким трактуванням поняття щодо ЄСПЛ. Як свідчить практика використання поняття "*decision*" у регламенті Суду [10], його значення стосується суто процесуальної сторони (правила 22, 23A, 42, 43, 44, 93, 104 (табл. 1)), а тому може стосуватись саме проміжних рішень із різних аспектів справи і має перекладатись як "ухвала". Особливо показовими в цьому плані є правила 38, 44 та 54, у яких ідеться, відповідно:

"*Questions of procedure requiring a decision*", "*a decision to hold an oral hearing in the case*", "*Before taking a decision on admissibility*", що можна перекласти як "*процедурні питання, які потребують прийняття окремої ухвали*", "*ухвала про проведення слухання*", "*перед прийняттям ухвали про прийнятність*".

Альтернативна думка про те, що терміном *"decision"* позначається будь-яке рішення, яке приймається після дослідження фактів та обставин справи, і цей термін вживається для позначення як остаточних рішень органів судової влади, так і для проміжних рішень, а термін *"judgment"* означає остаточне рішення у справі, яке

приймається судовими органами, також визнає існування тенденції до позначення проміжних рішень поняттям "*decision*" [1, с. 169].

На нашу думку, термін *"judgment"* має вузьке значення лише остаточного рішення Суду з питань права без процесуального компонента. У такому значенні вживається термін "*judgment*" у правилах 53, 61 (т. зв. "пілотне рішення", яке використовується для аналогічних справ і при підозрі системності порушення Конвенції, яке було розглянуто), 73, 78, 79, 80, 81, 91, а особливо 74 [10], яке описує структуру остаточного рішення (табл. 2). Серед інших аргументів можна назвати те, що саме остаточне рішення Суду підписується Головою Суду та Секретарем, саме остаточне рішення не підлягає оскарженню (за винятком перегляду при знаходженні нових невідомих суду обставин) і має обґрунтовуватися. Проілюструємо це кількома прикладами:

"*final judgments of the Court shall be published…*", "*A party may request the Court to revise that judgement*", "*question of interpretation that has hindered execution of the judgment*".

Ці приклади можна перекласти як:

"*остаточне рішення Суду публікується…*", "*Сторона може зробити запит про перегляд рішення*", "*питання тлумачення, яке перешкодило виконанню рішення*".

Відтак, робимо висновок про те, що різниця характеристик цих двох понять робить неможливою їхню взаємозамінність при перекладі.

Зазначимо, що на прикладі положення розділу "Запити про вжиття тимчасових заходів" **(**"Requests for interim measures**")** розділу III **"**Making requests in good time" спостерігається цікаве явище, яке має враховуватися в перекладі. Ідеться про заходи, що можуть вживатися національними судами як їхнє остаточне рішення, наприклад, депортація. ЄСПЛ ці заходи, які мали б позначатись як *"judgment"*, позначає як *"decision" (*Where *the final domestic decision* is imminent (especially in extradition or deportation cases – Де не можна запобігти прийняттю *остаточного рішення національним судом*)), відтак така зміна статусу рішення, якщо можна так це сформулювати, впливає і на переклад.

Наведений вище аналіз ілюструє те, як саме перекладач має зважати на можливі прагматичні зсуви й теорію скопосу, які формують межу перекладності, адже якщо для пересічного громадянина термін "рішення" є єдиним поняттям, то для фахівців є різноманітні контексти, які впливають на спосіб перекладу.

Ще одним цікавим моментом термінологічної дихотомії є взаємовідношення понять "order" і "ruling", і хоча вони зустрічаються значно рідше, ніж вищерозглянуті поняття, утім, на нашу думку, вони теж заслуговують на вивчення.

Так само з першого погляду може здатися, що ці терміни однакові чи близькі за значеннями, оскільки обидва мають справу із судовими приписами до сторони/сторін виконати певну дію. Однак, при перекладі вони отримують різні визначення. Словник "Merriam Webster" [8] визначає "ruling" як офіційне чи владне рішення, декрет, заяву чи тлумачення (закону судом). Словники "Collins" [7], "Oxford Advanced Learner's Dictionary" [9] та онлайн-словник "Cambridge Dictionary"[6] визначають цей самий термін як судове рішення. Що ж до авторитетного Black's Law Dictionary [5], то цей словник не дає відповідника похідному слову "ruling", а лише материнському іменнику "rule", який також визначається як судове рішення.

Термін же "order" словником "Merriam Webster" [8], судовим глосарієм Об'єднаної судової системи штату Нью-Йорк [2] і Black's Law Dictionary [5] визначається як письмовий наказ, розпорядження.

Проілюструємо використання цих термінів за допомогою положень правил судочинства ЄСПЛ. Так, термін "order" використовується в правилах 42, 44B, 44D, а також описі форм присудів (табл. 3) [10]:

"The Chamber mayorder the joinder", "Where a party fails to comply with an order of the Court","the President of the Chamber may exclude that representative from the proceedings, refuse to accept all or part of the submissions or make any other order which he or she considers it appropriate to make", "Only in extremely rare cases can the Court consider a consequential order".

Перекладаємо як:

"Палата може розпорядитися приєднати матеріали", "Коли сторона не виконує розпорядження суду", "Голова Палати може усунути від процесу представника, відмовитися прийняти всі або частину поданих документів або видати будь-яке необхідне, на його думку, розпорядження", "Лише у виключних випадках суд може розглянути можливість прийняття розпорядження, яке логічно витікає з обставин".

Термін "ruling" використовується в правилах 70, 75 (табл. 4):

"Any such record shall include: (d) the text of any ruling delivered during the hearing", "it shall give in the same judgment a ruling on the application of Article 41 of the Convention", "Copies of the ruling shall be transmitted to the Committee of Ministers"

Перекладаємо як:

"така стенограма включає: (d) текст будь-якого судового рішення, винесеного під час слухань", "вона має надати в тому ж рішенні рішення стосовно застосування статті 41 Конвенції", "копії судового рішення передаються до Комітету Міністрів".

Із цих прикладів бачимо, що різниця між поняттями "order" і "ruling", попри їхню семантичну схожість (проте не взаємозамінність через ступінь наказовості), є й різницею у перекладі. Натомість різниця між "ruling" і "*judgment*" лежить у тій же площині, що й у випадку з "*decision*". Взаємовідносини розглянутих вище понять залежно від їхнього функціонального навантаження й лінгвістичної імперативності можна передати схематично (Схема 1).

Не можна оминути увагою також інші одиниці термінології, яка вживається ЄСПЛ у його рішеннях. Структурну частину під назвою "III. INTERNATIONAL MATERIALS" часто перекладають дослівно як "III. МІЖНАРОДНІ МАТЕРІАЛИ", хоча насправді йдеться про "III. МІЖНАРОДНІ ДОКУМЕНТИ". Т. Дудаш у своїй статті відзначає, що назву структурної частини "*INTERNATIONAL INSTRUMENTS",* яку перекладають дослівно як "МІЖНАРОДНІ ІНСТРУМЕНТИ", варто було б перекладати як "МІЖНАРОДНІ ДОГОВОРИ" [2, с. 145].

Хочемо запропонувати альтернативну версію перекладу, адже не можемо цілком погодитись із наведеною вище думкою. Перш за все, вважаємо за потрібне звернутися до словника для вивчення значення поняття "instrument". Одним із значень цього поняття в Oxford Advanced Learner's Dictionary є "будь-який нормативно-правовий акт". Окрім того відзначимо, що оскільки ми маємо справу з діяльністю ЄСПЛ, то відповідно нас мають цікавити документи, що стосуються захисту прав людини. Як зазначає Представництво Верховного Комісара ООН з прав людини [4], до міжнародних правових інструментів у галузі захисту прав людини належать не лише угоди, а й інші типи договорів, такі як хартії, конвенції, а також протоколи до Європейської Конвенції. Тому вже на цьому етапі дослідження ми з практики використання відповідної термінології можемо засвідчити, що використання поняття "договір" значно звузило б семантику, яка передбачається поняттям "instrument".

З іншого боку, саме по собі слово "інструменти" в українській версії має конотацію дещо відмінну від суто правової, а тому для забезпечення однозначного правильного розуміння бажано було б робити уточнення, що маються на увазі саме правові інструме-

нти. Додатково зазначимо, що використання слова "Договір" є радше калькою від російського "Договор", де це слово позначає саме "Угоду", і тому таке використання не є повністю виправданим. Відтак, як доцільний і найоптимальніший варіант перекладу пропонуємо "Міжнародні нормативно-правові інструменти".

Уточнення перекладу потребує також поняття "*legitimate aim",* яке вживається у рішеннях Суду за тими статтями конвенції, які вимагають застосування т. зв. тесту на пропорційність. Проте, щоразу його перекладають по-різному: *"легітимна мета", "законна мета", "правомірна мета".* Ним позначають ті цілі, які виправдовують застосування обмеження конвенційного права державою за умови, що воно передбачене законом (напр. обмеження права на оскарження рішення суду). Т. Дудаш вважає, що не можна вважати правильним переклад *"законна мета",* адже цим терміном наголошується на передбаченості цілі законом; занадто широким за значенням є термін *"правомірна мета";* ще більші сумніви виникають щодо значення терміна *"легітимна мета".* Вона пропонує говорити про мету, яка легітимізує застосування обмеження, своєрідну *"легітимувальну мету"* [2, с. 147]. І ми могли б погодитись із подібною пропозицією, але це є відвертим прикладом калькування поняття правового дискурсу в українську мову. У правовому дискурсі поняття легітимності широко використовується, але воно позначає юридичну концепцію відповідності нормам права. Натомість тут ідеться про виправданість дії обставинами й законом. Чи не краще було б замість такого латино-українського суржику використати вже існуючі мовні одиниці, створивши формулювання "мета, що виправдовує" або ж, насамкінець, дещо незграбну, проте вживану у правовому дискурсі "виправдувальну мету" за аналогією з "виправдувальним вироком".

Висновки. Досі було виконано незначну кількість ґрунтовних досліджень у галузі перекладу європейського права українською мовою. Попри визначення суті деяких понять юридичного дискурсу ЄСПЛ і визначення адекватних способів їхнього перекладу з урахуванням їх прагматики, попри виявлення окремих вад перекладів, які вже були здійснені, не можемо говорити про вичерпність дослідження даної тематики. Хоч ми і визначили, що теорія скопосу й можливі прагматичні зсуви є одними із факторів, які визначають межі перекладності термінології ЄСПЛ, природа мови Суду потребує глибшого детальнішого дослідження,

яке б відповідало багатогранності проблематики юридичного перекладу. Було виявлено необхідність подальшого дослідження, яке б допомогло створити чи, принаймні, закласти основу для унормування процесу юридичного перекладу документів ЄСПЛ, а саме наближення терміносистем та уніфікації термінобази. Наразі існують лише загальні рекомендації щодо перекладу актів Суду, але деталізованих, всебічних рекомендацій для перекладу українською мовою, подібних до тих, які розроблені для англійської мови, немає, а це значно впливає на узгодженість перекладів. Відтак, такі рекомендації на основі подальших досліджень перекладів європейського законодавства, інших нормативно-правових актів, рішень судів ще очікують на свою розробку.

Схема 1

Таблиця 1

	Decision – Ухвала	
1.	Rule 22 – Deliberations No other person may be admitted except by special **decision** of the Court	Правило 22 – Судові дебати Жодна інша особа не може бути присутня, окрім випадків, передбачених спеціальною **ухвалою** Суду
2.	Rule 23A 1 – **Decision** by tacit agreement Where it is necessary for the Court **to decide a point of procedure** or any other question other than at a scheduled meeting of the Court…	Правило 23A 1 – **Ухвала** за мовчазною згодою Коли необхідно **прийняти ухвалу щодо процедурних питань** або будь-якого іншого питання поза межами чергового засідання Суду…
3.	Rule 42 – Joinder and simultaneous examination of applications (former Rule 43) 2. The President of the Chamber may order that the proceedings be conducted simultaneously, without prejudice to the ***decision of the Chamberon the joinder*** of the applications	Правило 42 – об'єднання й одночасне вивчення звернень (раніше Правило 43) 1. Голова Палати може розпорядитись одночасно проводити процесуальні дії, не обмежуючи дію **ухвали Палати про об'єднання звернень**
4.	Rule 43 1 – Striking out and restoration to the list (former Rule 44) 3. If a friendly settlement is effected in accordance with Article 39 of the Convention, the application shall be struck out of the Court's list of cases by means of **a decision**	Правило 43 1 – Вилучення та повернення до черги (Раніше Правило 44) 1. Якщо мирова угода діє у відповідності зі статтею 39 Конвенції, звернення мають бути виключені з черги за допомогою прийняття **ухвали**.
5.	Rule 44 – Third-party intervention 1. (a) **a decision to hold an oral hearing** in the case. 4. (a) **the decision**of the Chamberunder Rule 72 § 1 **to relinquish jurisdiction** in favour of the Grand Chamber or of the **decision**of the panel of the Grand Chamber under Rule 73 § 2 **to accept a request by a party for referral of the case to the Grand Chamber**.	Правило 44 – Участь третьої сторони 1. (a) **ухвала про усні слухання у справі**. 1. (a) **ухвала** Палати згідно пункту 1 правила 72 **щодо передачі юрисдикції** на користь Великої Палати або **ухвала** колегії Великої Палати згідно пункту 2 правила 73 **щодо прийняття запиту стороною щодо передачі справи на розгляд Великій Палаті**.

Закінчення табл. 1

	Decision – Ухвала	
6.	Rule 54 – Procedure before a Chamber 5. Before taking **a decision on admissibility**	Правило 54 – Процедура розгляду Палатою 1. Перед прийняттям **ухвали про прийнятність**.
7.	Rule 93 **The decision** of the Court **on the question of interpretation** referred to it by the Committee of Ministers is final.	Правило 93 **Ухвала** Суду **щодо питань тлумачення,** передана йому Комітетом Міністрів, є остаточною.
8.	Rule 104 (former Rule 95) On **a decision to grant legal aid**, the Registrar shall fix …	Правило 104 (Раніше правило 95) Щодо **ухвали** Суду **про надання юридичної допомоги** судовий реєстратор має зареєструвати …

Таблиця 2

Judgment – Рішення/Остаточне рішення		
9.	Rule 53 – Procedure before a Committee 2. If the Committee is satisfiedit shall, by a unanimous vote, **adopt a judgment** including its decision on admissibility and, as appropriate, on just satisfaction	Правило 53 – Процедура розгляду Комітетом 1. Якщо Комітет задоволений, він одноголосно **приймає рішення**, включаючи ухвалу щодо прийнятності та, за необхідності, ухвалу щодо справедливого відшкодування.
10.	Rule 61 – **Pilot-judgment procedure** 1. The Court may initiate **a pilot-judgment** procedure and adopt a pilot judgment where the facts of an application reveal in the Contracting Party concerned the existence of a structural or systemic problem or other similar dysfunction which has given rise or may give rise to similar applications.	Правило 61 – **процедура пілотного рішення** 1. Суд може ініціювати **процедуру пілотного рішення**, якщо факти застосування вказують на існування структурних або системних проблем, або іншої дисфункції, яка спричинила або може спричинити подібні застосування у Сторони-підписанта, щодо якої розглядається справа.
11.	Rule 73 – RequestbyapartyforreferralofacasetotheGrandChamber 2. any party to a case may exceptionally, within a period	Правило 73 – Запит сторони про передачу справи на розгляд Великій Палаті 2. будь-яка сторона, що бере участь

	of three months from the date of delivery of the **judgment of a Chamber**, file in writing at the Registry a request that the case be referred to the Grand Chamber. If the panel accepts the request, the Grand Chamber shall **decide the case by means of a judgment**.	у справі, в особливих випадках протягом трьох місяців з моменту оголошення **рішення Палатою** може письмово подати до судової канцелярії запит про передачу справи на розгляд Великій Палаті. Якщо колегія задовольняє запит, Велика Палата **вирішує справу ухваленням рішення.**
12.	Rule 74 – Contents of the **judgment** (j) **the decision**, if any, in respect of costs; 2. Any judge who has taken part in the consideration of the case shall be entitled to annex **to the judgment** either a separate opinion, concurring with or dissenting from that judgment, or a bare statement of dissent	Правило 74 – Зміст **рішення** (j)**ухвала**, якщо така є, щодо судових витрат; 2. Будь-який суддя, який брав участь у розгляді справи, може додати **до рішення** Суду окрему думку, згоду, не погодження або просто заяву про незгоду з рішенням.
13.	Rule 78 – Publication of **judgments** and other documents In accordance with Article 44 § 3 of the Convention, **final judgments of the Court** shall be published…	Правило 78 – Публікація **рішень** та інших документів Відповідно до п.3 Статті 44 Конвенції, **остаточні рішення Суду** публікуються…
14.	Rule 80 – Request for revision of a **judgment** 1. A party may, in the event of the discovery of a fact which might by its nature have a decisive influence, request the Court, within a period of six months after that party acquired knowledge of the fact, to revise that judgment	Правило 80 – Запит про перегляд **рішення** 1. Сторона, у випадку виявлення факту, який за своєю природою міг мати вирішальний вплив, може звернутися до суду протягом 6 місяців з моменту виявленняфакту з проханням про перегляд рішення.
15.	Rule 81 – Rectification oferrors in **decisions** and **judgments** Without prejudice to the provisions on **revision of judgments** and on restoration to the list of applications,	Правило 81 – Виправлення помилок та похибокв **ухвалах** та **рішеннях** Без обмеження дії умов чи **перегляду рішень** та відновлення у черзі позовів, Суд має право, за

Закінення табл. 2

Judgment – Рішення/Остаточне рішення		
16.	the Court may, of its own motion or at the request of a party made within one month of the delivery of a **decision** or a **judgment**, rectify clerical errors, errors in calculation or obvious mistakes	власною ініціативою чи проханням однієї з сторін, протягом місяця після прийняття **ухвали** чи **рішення** виправляти канцелярські похибки, похибки в розрахунках чи очевидні помилки.
17.	Rule 91 The request shall state fully and precisely the nature and source of the question of interpretation that has hindered **execution of the judgment** mentioned in the request	Правило 91 Звернення має повністю та чітко вказувати на природу та джерело питання щодо тлумачення, яке перешкодило **виконанню рішення**, згаданого у зверненні.

Таблиця 3

Order – розпорядження		
18.	Rule 42 – Joinder and simultaneous examination of applications (former Rule 43) 1. The Chamber may, either at the request of the parties or of its own motion, **order the joinder**	Правило 42: об'єднання, одночасне вивчення звернень (раніше Правило 43) 1. Палата може, за проханням однієї зі сторін або з власної ініціативи, **розпорядитися** прийняти ухвалу про об'єднання звернень (видати розпорядження про об'єднання звернень)
19.	Rule 44B – Failure to comply with an **order** of the Court Where a party fails to comply with**an order of the Court** concerning the conduct of the proceedings	Правило 44B – Нездатність діяти відповідно з **розпорядженням** Суду У випадках, коли сторона не виконує **розпорядження Суду** щодо здійснення судового процесу
20.	Rule 44D – Inappropriate submissions by a party If the representative of a party makes abusive, frivolous, vexatious, misleading or prolix submissions, the President of the Chamber may exclude that representative from the proceedings, refuse to accept all or part of the submissions or **make any other order** which he or she considers it appropriate to make, without prejudice to Article 35 § 3 of the Convention	Правило 44D – Недоцільні заяви стороною Якщо представник сторони робить образливі, необґрунтовані, провокаційні або надміру довгі і детальні заяви, Голова Палати може видалити такого представника з процесу, відмовитися приймати повністю або частково його заяви, або ж **видати будь-яке інше розпорядження**, яке він чи вона вважатиме за доцільне, не обмежуючи дію п. 3 Статті 35 Конвенції.

Таблиця 4

	Ruling - рішення	
21.	Rule 70 – Verbatim record of a hearing 1. If the President of the Chamber so directs, the Registrar shall be responsible for the making of a verbatim record of the hearing. Any such record shall include: (d) the text of any **ruling**delivered during the hearing.	Правило 70 – Стенографічний запис слухань. 1. Якщо Голова Палати розпорядиться, секретар Суду є відповідальним за стенографування слухання. Будь-яка така стенограма включає: (d)текст будь-якого судового **рішення,** винесеного під час слухань
22.	Rule 75 – **Ruling**onjustsatisfaction 1. Where the Chamberor the Committeefindsthattherehasbeen a violation of the Convention or the Protocols thereto, it shall give in the same judgment **a ruling**on the application of Article 41 of the Convention. Copies of the **ruling** shall be transmitted to the Committee of Ministers	Правило 75 – **Рішення** щодо справедливого відшкодування 1. Коли Палата або Комітет виявляють порушення Конвенції чи протоколів до неї, вони надають **рішення** щодо застосування ст. 41 Конвенції в тому самому судовому рішенні у справі. Копії **рішення** передаються до Комітету Міністрів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Дайнеко В*. Особливості перекладу правових термінів "decision" та "judgment" у контексті Статуту Міжнародного суду Організації Об'єднаних Націй/ В. Дайнеко, О. Бровко // Міжнародне право : наук.-практ. фаховий журнал : додаток до журналу "Право України" / Редакція журналу "Право України". – К., 2013. – № 1/2. – С. 168–172.

2. *Дудаш Т*. Проблеми перекладу рішень Європейського суду з прав людини з англійської мови на українську / Т. Дудаш // Право України : юрид. журнал. – К., 2015. – № 2. – С. 140–150.

3. *Судовий глосарій* Об'єднаної судової системи штату Нью-Йорк [Електронний ресурс] / Об'єднана судова система штату Нью-Йорк. – Режим доступу : https://www.nycourts.gov/lawlibraries/glossary.shtml#O.

4. *Управління Верховного комісара ООН* з прав людини [Електронний ресурс] / OHCHR. – Режим доступу : http://www.ohchr.org/EN/Pages/Home.aspx.

5. *Black's Law Dictionary* [Електронний ресурс] / Black's Law Dictionary. – Режим доступу : http://thelawdictionary.org.

6. *Cambridge dictionary* [Електронний ресурс] / Cambridge dictionaries. – Режим доступу : http://dictionary.cambridge.org/dictionary/english.

7. *Collins Dictionary* [Електроннийресурс] / Collins Dictionary. – Режим доступу : http://www.collinsdictionary.com/dictionary/english.

8. *MerriamWebster Dictionary* [Електронний ресурс] / MerriamWebster. – Режим доступу : http://www.merriam-webster.com/dictionary/.

9. *Oxford Advanced Learner's Dictionary* [Електронний ресурс] / Oxford Dictionaries. – Режим доступу:http://www.oxforddictionaries.com/definition/learner.

10. *Rulesof Court*[Електронний ресурс] / ECHR. – Режим доступу: http://www.echr.coe.int/Documents/Rules_Court_ENG.pdf.

Стаття надійшла до редколегії 18.04.2016 р.

Мельниченко А. Г., студ.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

О ПЕРЕВОДЕ НЕКОТОРЫХ ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ ПРАВОВОГО ДИСКУРСА В ЕВРОПЕЙСКОМ СУДЕ ПО ПРАВАМ ЧЕЛОВЕКА

Автор изучает проблематику перевода в Европейском суде по правам человека. Автор определяет разницу между понятиями "decision" и "judgment", а также"order" и "ruling", которые, порой, могут быть причинами расхождений в переводе. Также автором высказано отдельное мнение насчет предложений других авторов по вопросам перевода некоторых терминологических единиц, используемых ЕСПЧ в своих документах.

***Ключевые слова**: терминология, дискурс, Европейский суд по правам человека, решение, decision, judgement, теория скопоса.*

Melnychenko O. H., student
Taras Shevchenko National University of Kyiv

ON TRANSLATION OF SOME TERMINOLOGICAL ITEMS OF LEGAL DISCOURCE AT THE EUROPEAN COURT ON HUMAN RIGHTS

The author of the paper researches current issues of translation at the European Court on Human Rights. The author establishesthedifference between terms "decision" and "judgment", "order" and "ruling", which may cause divergences in translations. The author alморгунso provides some proposals to theories by other authors on translation of terminological items used by ECHR in its documents.

***Keywords:** terminology, discourse, European Court on Human Rights, decision, judgement, skopos theory.*

УДК 811.112.2:316.772.2:004.773.7

Міхіденко К. О., асп.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ОСОБЛИВОСТІ ДОСЛІДЖЕННЯ ВІРТУАЛЬНОГО КОНФЛІКТНОГО ДИСКУРСУ

Розглядаються основні характеристики й можливості віртуальної письмової комунікації на прикладі німецькомовних форумів, а також вплив цих характеристик на комунікативну поведінку користувачів мережі в конфліктних ситуаціях.

Ключові слова: *віртуальна комунікація, комунікативний контекст, комунікативні стратегії, конфліктний дискурс, самопрезентація.*

Незважаючи на антиутопічні прогнози про занепад суспільства через створення віртуального світу, роль мережі Інтернет як осередку соціальної взаємодії на глобальному рівні за останні роки стрімко зростає. На сьогоднішній день віртуальна комунікація стає поряд з іншими типами комунікації невід'ємною частиною практично будь-якої сфери діяльності в суспільстві – від наукової й ділової сфери до побутового життя та сфери розваг. Більше того, серед дослідників у сфері соціології існує навіть думка про те, що, перетворюючись за допомогою Інтернету на суспільство соціальних мереж, світове суспільство стає не на шлях ізоляції, а саме на шлях "гіперсоціалізації" [8, с. 11; 9; 10]. Адже як джерело та спосіб швидкого накопичування й розповсюдження інформації Інтернет не лише сприяє соціальній інтеракції, але й створює нові можливості та перспективи розвитку комунікативного процесу.

Актуальність дослідження зумовлює саме стрімкий розвиток мережі Інтернет як інформаційного й комунікативного простору, а також необхідність вивчення його як унікального явища комунікативної взаємодії, що вбирає в себе типові риси одразу цілого ряду традиційних типів комунікації.

Об'єктом дослідження є письмові тексти сучасного німецького конфліктного дискурсу, що є результатом міжособистісної та міжкультурної комунікативної взаємодії у німецькомовному віртуальному просторі. **Предметом** дослідження виступають структурні, лінгвокогнітивні й етнокультурні характеристики сучасного німецького конфліктного дискурсу у сфері міжособистісної та міжкультурної віртуальної комунікації, що аналізуються з ***метою*** дослідження лінгвокогнітивної та етнокультурної природи конфліктного дискурсу в німецькомовному віртуальному просторі та визначення місця побутового расизму в німецькому конфліктному дискурсі на міжкультурному рівні. **Матеріалом** дослідження послугували близько 900 текстів, із яких було виокремлено понад 1000 одиниць для аналізу комунікативної поведінки користувачів в умовах віртуальної конфліктної ситуації.

Наукова новизна полягає удослідженні сучасного мовного матеріалу в межах міжособистісного та міжкультурного конфлікту у віртуальній сфері комунікації на основі сучасних суспільно-політичних подій у Німеччині. Учасники проаналізованих конфліктних ситуацій не є підготовленими професіоналами, які виголошують попередньо продумані промови, і нерідко не мають часу та достатньої компетентності, аби об'єктивно оцінити конфліктну ситуацію. Уперше розглянуто реалізацію комунікативних стратегій і тактик у німецькомовному повсякденному дискурсі на матеріалі спонтанних конфліктних ситуацій. Запропоновано авторську класифікацію стратегій самопрезентації та стратегій віртуального конфліктного дискурсу.

Віртуальна комунікація стає об'єктом досліджень у різних наукових сферах, таких як економіка й маркетингові дослідження, політологія, соціологія та психологія. У межах лінгвістичних досліджень інтерес викликають різні типи комунікативної взаємодії, вербальні й невербальні засоби мовної репрезентації, особливості міжособистісної та міжкультурної комунікації тощо. Серед науковців, які приділяли увагу вивченню віртуальної комунікації, можна виділити, зокрема, таких вітчизняних і закордонних лінгвістів, соціологів і психологів, як М. М. Акуліч, А. Д. Бєлова, М. Б. Бергельсон, Ф. С. Бацевич, В. Б. Бурбело, Я. ван Дейк, А. Грунвальд, М. Кастеллс, А. Є. Кубрякова, С. Маєр, Кр. Пентцольд, Т. Сівер, К. Фраас та ін.

Однак, у суто лінгвістичних дослідженнях нерідко розглядаються не стільки характеристики мережі Інтернет, як особливого типу комунікативної взаємодії, скільки особливості інших типів комунікації, які можуть існувати в межах Інтернету як комунікативної технології. Таким чином, мережа Інтернет часто виступає не стільки як об'єкт, скільки як інструмент для збору емпіричного матеріалу [див. 3; 5; 6].До того ж, іноді й сама мережа Інтернет як віртуальний простір розглядається лише як транскрипція людського мислення чи навіть як світ, якого взагалі не існує – як ілюзорний світ [2, с. 16; 7, с. 42–43].

У цій статті віртуальна комунікація розглядається як особливий тип соціальної взаємодії та як особливий тип комунікації, що поєднує в собі характеристики таких традиційних типів комунікативної взаємодії, як вербальна (усна й письмова) і не-

вербальна комунікація, а мережа Інтернет розглядається як свого роду комунікативна ситуація і навіть своєрідний контекст комунікації, у якому значно зростає потенціал самопрезентації та самореалізації комунікантів. Учасники комунікативного процесу не просто документують мисленнєвий потік, а активно створюють новий комунікативний простір, до переваг і недоліків якого вони пристосовуються з метою досягнення максимального комунікативного успіху.

У віртуальних умовах комунікативна взаємодія може відбуватися на різних рівнях міжсуб'єктної взаємодії та в різних режимах. Так, за кількістю учасників можна виділити міжперсональну комунікацію, групову комунікацію, комунікацію між індивідом і групою індивідів, міжгрупову та масову комунікацію. За рівнем доступу можна виділити приватну та публічну комунікацію (доступну широкому ряду користувачів, наприклад на сайтах, форумах, чатах), за методом комунікації – усну, письмову, а також аудіовізуальну комунікацію (спілкування в реальному часі в режимі відеотрансляції усіх учасників). За режимом інтерактивності віртуальний комунікативний простір можна поділити на письмову комунікацію в режимі реального часу (наприклад, обмін коментарями чи повідомленнями в однакових часових умовах для всіх комунікантів), усну комунікацію в режимі реального часу (телефонні розмови через Інтернет, спілкування в режимі відеоконференції), а також асинхронну комунікацію (обмін повідомленнями з певними часовими інтервалами, тобто в різних часових умовах для усіх учасників комунікативного процесу) [8; 10].

При цьому віртуальній комунікації притаманна надзвичайна жанрова різноманітність і багатофункціональність. Так, форуми, чати та соціальні мережі можуть існувати як для задоволення розважальних потреб і реалізації неформальної комунікації, так і для пізнавальних потреб (спілкування з викладачами чи колегами в соціальних мережах) і ділової комунікації (проведення конференцій, ділових зустрічей та обговорень на відстані за допомогою Інтернету). Крім того, дискусії у чатах, на форумах чи у коментарях (наприклад, до статей) можуть набувати чи принаймні включати елементи ділового й навіть наукового чи науково-популярного характеру (обговорення політичних чи економічних питань, соціальних проблем, наукових теорій тощо).

Нині віртуальна комунікація в реальному часі зазвичай відбувається у соціальних мережах, таких як Facebook, Twitter чи популярний у Східній Європі vkontakte, або ж у чатах чи стрімах окремих Інтернет-сторінок. Чаттинг характеризується максимальним наближенням написаних текстів (постів) до усного мовлення з високим рівнем використання таких елементів усного молення, як вигуки,частки (нагромадження їх в одному реченні), і нехтуванням граматичними нормами (наприклад написання з великої й малої літери), ономатопоезією, імітуванням інтонації (наприклад подовження голосних).

На підставі аналізу сучасного мовного матеріалу можна зробити висновок про особливості конфліктної взаємодії в межах віртуального конфліктного дискурсу.

Серед визначних ознак форумів і чатів як контексту комунікації є, зокрема, можливість користувачів залишатися анонімними. Анонімність, хоч вона і відносна (адже діяльність кожного користувача мережі Інтернет легко може відстежуватися) надає користувачам почуття захищеності і знімає певні суспільні й культурні межі та правила під час розмови.

Саме через анонімність учасників комунікативного процесу комунікація на форумах і в чатах відбувається на абсолютно горизонтальному рівні, за відсутності таких обмежень, як різний соціальних статус, вікова чи гендерна нерівність. Це значно розширює можливості користувачів і стає свого роду особливим контекстом, у якому відбувається комунікація. Користувачі не бачать необхідності приховувати свої думки й емоції (якщо лише це не суперечить власним комунікативним цілям) і отримують шанс порушити теми, які у суспільстві знаходяться під знаком табу. Однак, разом із тим, зростає і конфліктний потенціал комунікації – обираються експресивніші мовні засоби і значно знижується готовність до компромісів.

Навіть правила спілкування, встановлені кожним сайтом і форумом, паралельно із загальними правилами спілкування в мережі (так званий "нетикет" або "чатикет") і загроза видалення коментарів адміністраторами не втримують користувачів від публікації вкрай експресивних і навіть агресивних коментарів. Вільно виражаючи свої емоції, вони нерідко застосовують інвективну лексику й забувають про опосередкований характер комунікації та по-

стійну цензуру з боку модераторів. Про це свідчить велика кількість повідомлень від адміністраторів, що з'являються на місці видалених оригінальних повідомлень користувачів (15 видалень на 198 повідомлень лише за першу годину обговорення):

Entfernt. Bitte verzichten Sie auf Anfeindungen. Die Redaktion/ch

або ж:

[…]Entfernt. Bitte achten Sie auf eine angemessene Wortwahl. Die Redaktion/ca

Така цензура має на меті забезпечення права всіх користувачів та підтримання конструктивного діалогу. Однак користувачі швидко пристосовуються до неї. Оскільки використання інвективної лексики означає, що повідомлення швидше за все буде видалене і не виконає своїх функцій, користувачі намагаються заміняти інвективну лексику на більш нейтральні вирази з максимальним збереженням образливого змісту, що спирається саме на контекст конкретної ситуації (*Sorry aber in meinen Augen bist Du einfach ein Mensch der nach Aufmerksamkeit lechzt.* [GoFeminin] \ *Liebe Maya! Sie sollten mal Ihren kleinen Mannheimer Horizont erweitern* [welt.de]).

Іншим фактором впливу на комунікативну взаємодію в умовах віртуального дискурсу є те, що користувачі знаходяться в самостійному комунікативному просторі, частково відокремленому від решти реального світу, що дає можливість створити альтернативну версію себе та свого оточення. Створюючи власну сторінку в соціальній мережі чи навіть просто реєструючись у чаті для коментування прочитаної статті, користувач створює наново власну ідентичність. Фактор анонімності уподібнює комунікацію в Інтернеті до першої зустрічі з незнайомою людиною, із тією різницею, що в Інтернеті може відбуватися одразу нескінченна кількість потенційних зустрічей – адже інформація (пост / повідомлення), опублікована один раз, стає доступною усім актуальним та потенційним користувачам мережі. У таких умовах користувач може обирати – чи презентувати аудиторії власну особистість, чи представити один яскравий, художньо опрацьований аспект власної особистості, чи створити абсолютно нову ідентичність і будувати інтеракцію в мережі в обраному напрямі. Створення віртуальної ідентичності залежить одразу від кількох факторів. Центральну роль відіграє, зокрема, обрання "ніка", тобто псевдоніма, який інші ко-

ристувачі побачать навіть ще до прочитання самого тексту. Під час аналізу діалогів на форумах і чатах у німецькомовному віртуальному просторі ми спостерігали певні закономірності у використанні ніків, а також спільні характеристики в деяких з них. Це дозволило нам об'єднати їх в окремі типи:

1) такі, що створені зі справжнього імені користувача (повне чи скорочене ім'я, абревіатура: Al.Ba.; hschu; Alex; DominikS.), вигадані чи запозичені імена,

2) а також семантично навантажені ніки, що є важливим елементом самопрезентації користувача.

Зазвичай, не знаючи користувача в реальному житті, важко довести, що він використовує псевдонім замість власного імені; однак у разі, якщо у німецькомовній дискусії на тему, що стосується певного суспільного кола (наприклад, німецька політика, соціальні реформи, побутові проблеми), участь бере користувач з іменем відомої людини чи з іменем, що має надто незвичне написання, можна припустити, що швидшеза все це псевдонім (наприклад: TomSculler; Dr. RichardWegner, Churchill).

У випадку семантично навантажених ніків ми пропонуємо виділити такі їхні типи:

– ніки, що виражають приналежність користувача до певної суспільної, культурної, політичної чи іншої групи (*Demokrat*; *Badener*; *Adel*)

– ніки, що покликані виражати певну позицію користувача чи окремі риси особистості (*Realistiker*; *clariFiz*; *IchRedeJetzt*; *klartext*; *Dome*)

– ніки, що мають гумористичний, навіть дещо іронічний характер (*Kartoffelhelfer*; *Schakal*; *KampfDackel32; Obamaonmeth*).

Обираючи будь-який тип нікнейма, користувач свідомо чи несвідомо надає певну інформацію про власну особистість – чи то про свої суспільні та політичні погляди (*Demokrat; Realistiker*), чи про готовність до прямої конфронтації (*Schakal; KampfDackel32*), чи бажання відверто висловитися щодо проблем, замовчуваних у суспільстві (*IchRedeJetzt*; *klartext*).

Суттєвим елементом самопрезентації є і те, яким чином користувач пише свої коментарі – обраний стиль (діловий чи розмовний) може створити як імідж відповідальної компетентної лю-

дини, так і образ простого, прямолінійного громадянина і, залежно від ситуативного контексту, може значно підвищити або ж повністю зруйнувати рівень правдоподібності слів автора.

Окрім анонімного й незалежного статусу, суттєвою ознакою комунікації на форумах і в чатах є максимальна наближеність до усного спілкування в межах спонтанних комунікативних ситуацій – як і в реальних умовах, спілкування відбувається в режимі реального часу, триває жива дискусія, і користувачі вимушені спонтанно реагувати. Відповідно, як правило, коментарі відрізняються високим рівнем неформальності й максимально наближаються до усного мовлення, використовуються вигуки, частки, розмовні граматичні та синтаксичні форми, нерідко спостерігається нехтування граматичними нормами (наприклад, написання з великої й малої літери): *Er hat sie doch alle aufm Gewissen*; *da will ich gar nicht drauf antworten, weil ich kann das gar nicht beurteilen*).

Однак, спілкування на форумах і в чатах усе одно залишається письмовою формою комунікації, і повідомлення, опубліковані там, є насамперед писемними текстами. Це означає, що зберігаються і всі ознаки писемних текстів – так, кожне повідомлення є комбінацією знаків і символів, які адресат повинен проасоціювати з певними значеннями в межах відповідної знакової системи. При цьому відсутні будь-які елементи невербальної комунікації, що в умовах усного спілкування несуть додаткові змісти й конотації. Якщо під час телефонної розмови все ще залишаються паралінгвальні сигнали, що частково компенсують відсутність невербальних сигналів (гучність, інтонація та ритміка мовлення можуть свідчити про настрій мовця, зітхання можуть замінити певні мімічні жести), то коментарі на форумах – це друкований текст, поспішно написаний автором у спробі встигнути за темпом звичайного усного спілкування.

У спробі принаймні частково відтворити зміст, втрачений через відсутність невербального компоненту, користувачі форумів, чатів і соціальних мереж можуть користуватися графічними й іконічними сигналами, зокрема так званими емотиконами (від англійського *emotion* та *icon*), а також усіма можливими формами візуального оформлення тексту (великі, маленькі літери; шрифти, виділення окремих слів чи фраз) для підкре-

слення фраз, виділення окремих думок та основних ідей (Dasistdocheinfach ***lächerlich***!!!; soein GROßMAUL wiedu…). Іншим явищем, характерним для віртуальної комунікації, є своєрідна вербалізація невербальних знаків – там, де за відчуттям автора головну роль відіграє невербальний елемент, він вставляє слова, що імітують певні звуки, дії чи вираз обличчя, і відокремлює їх від решти тексту астерісками (Achnee! Wersglaubtwirdselig ****lach***; daswarsowasvonpeinlich ****kicher***; Dasistblöd! ****schmoll***).

Тим більшу роль відіграє інтерпретативний аспект – важливо не лише те, як і чи зміг узагалі автор передати власні думки, а чи зможе адресат "правильно" витлумачити надану інформацію і чи може дослідник вважати, що авторові це вдалося. Ускладнюється аналіз матеріалу і тим, що (особливо у випадку анонімного спілкування), на відміну від комунікації в реальних умовах, користувачі не зв'язані спільним простором, а сам комунікативний процес залежить від технічних можливостей комунікантів. Отже, якщо один із комунікантів втратить доступ до Інтернету, дискусію на цьому буде припинено. Так само якщо він не захоче відповідати на коментарі співрозмовника, достатньо просто закрити Інтернет-сторінку чи перейти в іншу групу обговорення – фідбек в умовах віртуальної комунікації (на відміну від прямої) не є обов'язковим.

Разом із тим (особливо якщо йдеться про конфліктну комунікацію), кожен із учасників комунікації намагається "утримати" співрозмовника в дискусії, публікуючи не просто провокаційні, а насамперед дотепні пости, що "змусять" супротивника відповісти, якщо тільки той не хоче здатися і "програти" суперечку. Це, знову-таки, змушує більшість учасників конфліктних ситуацій (подібно до реального життя) залишатися в обговоренні і продовжувати суперечку, намагаючись залишити останнє слово за собою.

Такі комунікативні умови спричиняють і відповідний рівень ефективності чи неефективності окремих комунікативних стратегій. Так, у той час, як стратегія погрози практично повністю втрачає свою дієвість (адже відсутні будь-які умови її виконання),особливо продуктивним способом зацікавити співрозмовника є підкріплення власної думки риторичними запитаннями,

логічними доказамита фактами і, зрештою, дифамація опонента у будь-який спосіб – починаючи зі звинувачення у публікації неправдивої інформації й завершуючи навіть натяками на зловживання опонентом алкоголем чи наркотиками (*Lassen Sielieberden Weinzuspäter Stunde*).

Важливою при цьому є вже не думка опонента, а схвалення серед більшості й забезпечення собі відповідного статусу серед аудиторії. Адже обговорення може розпочинатися групою користувачів навколо певної теми, а в межах цього обговорення може розвиватися кілька діалогів між окремими членами групи, і коментарі, опубліковані в мережі, доступні будь-якому користувачу. Кожен учасник дискусії завжди усвідомлює присутність такої "публіки", що може складатися як із кількох потенційних учасників, так і з кількох тисяч читачів. А це, відповідно, впливає і на вибір комунікативних стратегій. Особливо у випадках конфліктних ситуацій користувачі спрямовують обрані комунікативні стратегії не лише на своїх опонентів, але й (чи навіть насамперед) на публіку.

Велика кількість форумів підсилює цей ефект, додаючи на сторінці таку функцію, як "рекомендувати коментар", "підтримати" або ж "голосувати за / проти". Нерідко в таких умовах основною метою є написання якомога більш влучного, кмітливого, іронічного коментаря, що набере якомога більше голосів серед інших користувачів. Опонент таким чином практично позбавляється ролі адресата, адже формально повідомлення адресується йому, однак важливою є реакція групи. Це уподібнює конфліктні ситуації в мережі до публічних дискусій сократівського типу, із тією різницею, що користувачі мережі, необмежені страхом втрати обличчя, отримують ще й максимальну свободу самореалізації та самоінтерпретації.

Названі вище особливості віртуальної конфліктної комунікації, а також та свобода, яку завдяки цьому отримують користувачі, з одного боку ускладнює аналіз мовного матеріалу. Адже важко, а іноді неможливо визначити, наскільки окремі користувачі театралізують власну особистість і комунікативний простір в цілому. У 2005 р. М. Кастелс стверджував, що загалом люди не підроблюють свою особистість в Інтернеті, а скоріше інтегрують технології у власне життя [8, с. 11].

Із розвитком соціальних мереж як одного з основних способів опосередкованої комунікації з'являється думка про те, що в умовах загальної анонімності й безособовості спілкування в мережі Інтернет набуває популярності персоніфікація комунікативного процесу і "відкриття себе для інших" [4].

Нині можна стверджувати, що суттєвим елементом самопрезентації в Інтернеті є не стільки фабрикування чи відкриття ідентичності, скільки її осмислення та художнє опрацювання – тобто приховування (замовчування) небажаних елементів і оприлюднення окремих аспектів, що мають справити відповідне враження. Замовчування інформації про себе може слугувати, з одного боку, захистом своєї приватної сфери та власної репутації і сприяти уникненню наслідків у реальному житті від дій у віртуальному просторі; а з іншого боку – надає можливість користувачам маніпулювати інформацією на свою користь, приховувати свою приналежність до певної суспільної чи культурної групи, приховувати свої справжні комунікативні наміри й цілі і, таким чином, фабрикувати факти з метою дифамації іншої групи (чи особи) і підтримки власного позитивного іміджу.

Зокрема, існування так званого *троллінгу* (навмисна провокація інших користувачів на порушення правил форуму; написання штучних коментарів негативного чи пропагандистського характеру, зокрема, на замовлення) [1, с. 49–52] може негативно вплинути на вибір матеріалу для аналізу концептуальної картини конфліктного дискурсу. Адже йдеться про ментальні схеми, якими оперують представники німецькомовного світу, і аналіз сфабрикованих коментарів може суттєво спотворити результати дослідження та спричинити виокремлення концептів, насправді невластивих мовцям.

Для аналізу комунікативних стратегій, віртуального конфліктного дискурсу сфабриковані коментарі, навпаки, не є суттєвою загрозою. Адже такі провокаційні коментарі стають джерелом конфліктної ситуації, і відповідають на них справжні користувачі. Оскільки основним для аналізу при цьому є не ідейний зміст сказаного, а способи аргументації та засоби впливу на опонента, такі комунікативні ситуації є продуктивною перевіркою поведінки мовців у конфліктних ситуаціях.

Отже, такі фактори впливу на комунікацію, як, зокрема, спонтанність комунікативного процесу, а також анонімність і просторова ізольованість користувачів, вимагають від дослідника тверезої оцінки того, наскільки значними є наслідки від аналізу потенційно невірогідної інформації.

Однак саме аналіз віртуальної комунікації дає змогу дослідити шляхи концептуалізації реальності. Адже на Інтернет-форумах існують такі умови, які штучно й іноді марно намагаються відтворити різні експерименти за допомогою аудіо- та відеозапису піддослідних або ж озвучення ними процесу мислення. На форумах письмова документація сказаного збігається з процесом усного мовлення цілком природним шляхом. Переписати чи видалити написане користувачі при цьому зазвичай вже не можуть, адже, подібно до реальної комунікації, щойно повідомлення опубліковане, автор не може видалити його з дискурсивного потоку. Завдяки цьому вдається дослідити ті елементи концептуальної системи мовців, які вони свідомо чи несвідомо виражають у своїх повідомленнях, а разом із тим дослідити й ті мисленнєві процеси, що відбуваються під час конфліктної комунікації, а також ті концепти, якими представники німецькомовного дискурсу мислять реальність навколо себе.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Акулич М. М*. Интернет-троллинг: понятие, содержание и формы / М. М. Акулич. – Вестн. Тюмен. гос. ун-та. – 2012. – № 8. – С. 47–54.

2. *Асмус Н. Г.* Лингвистические особенности виртуального коммуникативного пространства : дис. на соискание степени канд. филол. наук : спец. 10.02.19 / Н. Г. Асмус – Челябинск, 2005.

3. *Горошко Е. И*. Гендерные аспекты коммуникаций на примере образовательных практик Интернета [Электронный ресурс] / Е. И. Горошко. – Режим доступу: http://grouper.ieee.org/groups/ifets/ russian/depository/v11_i2/html/6htm.

4. *Жичкина А. Е.* Стратегии самопрезентации в Интернете и их связь с реальной идентичностью [Электронный ресурс]: / А. Е. Жичкина, Е. П. Белинская – Режим доступу: http://flogiston.ru /articles/netpsy/strategy.

5. *Капанадзе Л. А*. На грани усного и письменного текста: структура и тенденции развития электронных жанров [Електронный ресурс] / Л. А. Капанадзе. – Режим доступу: library.krasu.ru/ft/ft/_umkd/300/u_sam.pdf.

6. *Тищенко О. М*. Стиль мови інтернет-спілкування в національному корпусі української мови / О. М. Тищенко // Лінгвостилістика: об'єкт – стиль, мета – оцінка : зб. наук. праць / за ред. В. Г. Скляренко]. – К. : Ін-т укр. мови НАН України, 2007. – С. 362–367.

7. *Трофимова Г. Н*. Языковый вкус Интернет-эпохи в России. Функционирование русского языка в Интернете: концептуальные сущностные доминанты / Г. Н. Трофимова. – М. : Изд-во Российского университета дружбы народов, 2009.

8. *The Network Society*. From Knowledge to Policy / edited by M. Castells Gustavo Cardoso – Washington, DC: Johns Hopkins Center for Transatlantic Relations, 2005.

9. *Van Dijk Jan*, The Network Society: Social Aspects of New Media / Jan van Dijk. – London : Sage 1999.

10. *Yus F.*, Cyberpragmatics: Internet-mediated communication in context / F. Yus, John Benjamins, Amsterdam Philadelphia 2011.

Стаття надійшла до редколегії 20.04.2016 р.

Михиденко К. О., асп.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

ОСОБЕННОСТИ ИССЛЕДОВАНИЯ ВИРТУАЛЬНОГО КОНФЛИКТНОГО ДИСКУРСА

Рассматриваются основные характеристики и возможности виртуальной письменной коммуникации на примере немецкоязычных форумов, а также влияние этих характеристик на коммуникативное поведение пользователей сети в конфликтных ситуациях.

Ключевые слова: *виртуальная коммуникация, коммуникативный контекст, комуникативные стратегии, конфликтный дискурс, самопрезентация.*

Mihidenko K. O., postgraduate student
Taras Shevchenko National University of Kyiv

PECULIARITIES OF THE RESEARCH OF VIRTUAL CONFLICT DISCOURSE

This article deals with the main characteristics and the potential of written virtual communication based on German-language forums, as well as the influence of these characteristics on the users' communicative behavior in conflict situations.

Keywords: *virtual communication, communicative context, communicative strategies, conflict discourse, self presentation.*

УДК 81'42= 112.2 (054)

Моргун Ю., асп.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ЛІНГВОСТИЛІСТИЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЖАНРУ DIEMELDUNG (КОРОТКЕ ПОВІДОМЛЕННЯ) У НІМЕЦЬКІЙ ГАЗЕТІ

Присвячено дослідженню короткого повідомлення як інформаційного жанру в німецькій пресі. Уточнено поняття "коротке повідомлення"; визначено його загальні структурно-композиційні, граматичні й лексичні ознаки.

Ключові слова: *інформаційний жанр, німецька газета, коротке повідомлення, композиційні ознаки, лінгвістичні характеристики.*

Мова німецької газети є аговим матеріалом та нструментом для дослідників. У газетних жанрах можна прослідкувати трансформації, яких зазнає мова, виокремити тенденції її розвитку, виявити інновації.

Об'єктом устатті є газетний інформаційний жанр *Meldung* (*Kurzmeldung, Pressemeldung*) – "коротке повідомлення" [Lüger 1995, 25; Fasel 2008, 18]; **предметом** – лінгвостилістичні характеристики цього жанру, зокрема, композиційна структура, синтаксичні та лексичні ознаки.

Мета статті полягає в обґрунтуванні жанрового статусу "короткого повідомлення", а **завдання** – у визначенні його структурно-композиційних і лінгвістичних ознак. **Матеріалом** дослідження слугували газети: "*Frankfurter Allgemeine Zeitung*", "*die Welt*", "*das Bild*", *"Rhein-Zeitung"* за період із *2015 р. по 2016 р.*

Інформаційні жанри німецької газети досліджували німецькі лінгвісти: *Heinz-Harald Lüger, Walter von La Roche, Christof Fasel, Sigfried Weischenberg, Thomas Schröder.* Жанр *die Meldung* має також інші назви: *Nachrichtendarstellungsformen* [Weischenberg 2004, 27]*, informationsbetonte Textsorten* [Lüger 1995, 17]*, referierende, interpretierende Textsorten* [Roloff 1983, 9]*, informierende Darstellungsformen* [LaRoche 2008, 22]*, Tatsachenbetonnte Textsorten* [Fasel 2008, 20].

Die Meldung вважають найпростішим видом інформаційного жанру. Це коротке повідомлення в газеті, у якому в телеграфному стилі подається найактуальніша інформація: *etwaswasder Öffentlichkeit, besonders durch die Massenmedien zur Kenntnis gebracht wird, eineaktuelle, wichtige Information* [Duden 2011, 639].

Свої визначення дає Daniel Delhaes у словнику Journalismus-Lexikon: *Eine* ***Meldung*** *ist ein kurzer, redaktioneller Beitrag. Nachrichtenagenturen etwa verbreiten in der Regel Meldungen. Der Aufbau folgt dem Wesen der Nachricht: Das Wichtigste nach vorne, das unwichtige ans Ende des Textes* [10], де *die Meldung* – це короткий, редакційний звіт, хоча агентства новин можуть іноді розширювати повідомлення.

Будова "короткого повідомлення" подібна до будови ***замітки*** [Моргун 2015, с. 158]: на початку стоїть головна інформація, а далі поясненняі деталі події. За часів, коли газети друкували на спеціальних відливних машинах, було важливо, щоб повідомлення вкінці скорочували. А для читача це є зручнішим, оскільки за короткий час після прочитання декількох рядків він має змогу отримати всю інформацію [10]. Hans-Jürgen Bucher пише про цей інформаційний жанр так: *Die Meldung ist die elementarste, kürzeste, einfachste Textsorte. Sie besteht im Kern aus einer einfachen Sachverhaltsdarstellung* – "елементарний, найкоротший і найпростіший жанр. Він містить простий переказ події" [Bucher 1986, 34]. Читач дізнається лише про те, що подія сталася, всі подальші аспекти події випускаються. Тексти такого типу не демонструють тематичного розвитку теми або виявляють його мінімально. "Коротке повідомлення"може складатися з одного речення, воно не має слугувати доповненням до інших текстів або до фото у газеті. Цей тип тексту може бути поданий також на перших сторінках видання, коли вкрай необхідно подати інформаційний сигнал для читача" [Bucher 1986, 34].

"Коротке повідомлення" включає два блоки: 1. Що сталося (*де?, як?, коли?, чому?*) і 2. Головні учасники події. [Bucher 1986, 34; La Roche 2003, 43]. Christof Fasel вказує на те, що "коротке повідомлення" може складатися з 2–3 речень або містити лише одне речення – повідомлення про інформацію. Автор тексту невідомий, погляд також не вказується [Fasel 2008, 18].

ThomasShröder поділяє "короткі повідомлення" на [Schröder 2003, 202]:

– *faktizierende Meldung* (фактологічні повідомлення),

– *wiedergabende Meldung* (короткі повідомлення, що передають слова інших) та *erweiterte Meldung* (розширені повідомлення).

У свою чергу фактологічні повідомлення бувають:

– *Aspektiearchiesche* – повідомлення, що починаються передачею фактів, структура такого тексту є двочленною, де у другій частині доповнюється початок повідомлення;

– *Aspektreihung* – повідомлення, що розпочинаються з опису події або результату. Структура такого тексту є розчленованою й поділяється на окремі описи однієї події.

Wiedergabende Meldung відрізняється від першого типу повідомлень темою. Якщо у *faktizierende Meldung* йдеться про події політики, культури, катастрофи, нещасні випадки, спорт, то у другому випадку це передача статистики, опитувань, чужих висловлювань, витягів з інтерв'ю, поглядів.

Тут також є свої інваріанти: *speziefitierende Wiedergabe* – передача інформації та її доповнення, як переказ, та уточнення слів. *Reihende Wiedergabe* – починається із чужого висловлювання, оскільки воно є основним для цього повідомлення. У такому разі *коротке повідомлення* створюється лише заради цього висловлювання, яке позначено драматизмом і яскравістю думки, новизною, актуальністю.

У *erweiterte Meldung* передається вже відома інформація, яка містить додаткові відомості – передісторію, реакцію або ще якісь випадки – до події. У таких текстах наявний інтертекстуальний зв'язок.

Типове "коротке повідомлення" має заголовок, але не має вступу. Такі тексти будуються за правилом перевернутої піраміди. Це означає, що головна інформація передається спочатку, а потім подаютьсяподальші факти певної події. "Короткі повідомлення" містять не лише факти, а й мають містити джерело або назву інформаційної агенції, яка надала певну інформацію. У "коротких повідомленнях" змістові та структурні класифікаційні критерії переплітаються. Короткі повідомлення зустрічаються у всіх сферах і способах комунікації.

Прийнято вважати "*інформативним*" щось нове, що міститься в повідомленні. Для текстів інформаційного жанру цей принцип відіграєвизначну роль. *Новизна*, *актуальність* є найважливішими ознаками *короткого повідомлення*.

Існує тісний взаємозв'язок між мікро-і макроструктурою тексту. Якщо говорити про макроструктуру тексту новин, то слід зазначити, що кожна подія та ситуація отримують репрезентацію в об'єктивних термінах суб'єктивної моделі. Отже, репрезентація та відтворення тексту – це не інертний процес, а набір різних стратегій та комунікативних намірів під соціальним та ідеологічним контролем [Третьяк 2015, с. 283]. Отже, автор керується спочатку макроструктурою, яка знаходить своє вираження у мікроструктурі.

Текст 1

Finnland

800 Euro Grundeinkommen – für jeden

Die finnische Regierung bereitet offenbar ein monatliches Grundeinkommen für jeden Erwachsenen vor. Sie hat damit vor allem eines im Sinn.

Текст 2

Frau Petry und die Wahrheit

Interview AfD-Chefin schreibt Textpassage zu Waffeneinsatz um

Koblenz. Die Alternative für Deutschland (AfD) verunglimpft die Medien gern als Lügen- oder Pinocchiopresse – jetzt aber dokumentiert Parteichefin Frauke Petry (40) ein gespaltenes Verhältnis zur Wahrheit: Sie hat im Interview mit unserer Zeitung eindeutig den Waffeneinsatz an der deutschen Grenze gefordert – als Ultima Ratio

Текст 3

Flüchtlinge
Am 7. März treffen die Staats- und Regierungschefs der EU in Brüssel den türkischen Ministerpräsidenten Ahmet Davutoğlu. Die Europäer wollen die Türkei dazu bewegen, die Grenzen zu Griechenland für Flüchtlinge zu schließen. Im Gegenzug will die EU den Türken eine begrenzte Anzahl von Migranten abnehmen.

Текст 4

Grenzen
Am 18. März treffen sich die EU-Chefs erneut in Brüssel. Dann sollen die Details der Einigung mit der Türkei geklärt werden. Wenn es keine Einigung gibt, könnten auch neue Grenzkontrollen beschlossen werden.

За інформативно-цільовим підходом, розробленим Т. М. Дрідзе до дослідження структури мовних творів, тексти інформаційного жанру, а особливо *"коротке повідомлення"*, виявляють стійкі та потужні "логіко-фактологічні ланцюжки" [Дрідзе 1984, с. 146]. Інформативно-цільовий підхід, що застосовується до аналізу тексту, розглядає мовну надмірність. Мовні засоби, які є не обов'язковими в повідомленні, вважаються надлишковими і є перешкодою для адекватного сприйняття тексту. Надлишкові мовні засоби не входять до "логіко-фактологічних" ланцюжків, а в "коротких повідомленнях" взагалі відсутні, тому можна зробити висновок, що тексти "короткого повідомлення" виявляють стійкі "логіко-фактологічні ланцюжки".

Публіцистичний стиль вирізняється тим, що включає в себе ознаки наукового, ділового й художнього стилю; йому властива тематична варіативність. Якщо говорити про інформаційні жанри, то головною в цьому випадку є функція повідомлення, що реалізується за допомогою лінгвостилістичних засобів у тексті. Теми переважно суспільно-політичні.

"Коротке повідомлення"у **Тексті 1** подано під назвою *"800 Euro Grundeinkommen für jeden"*. Це *"коротке повідомлення"* складається з двох речень, але є незвичайним для цього типу тексту. Зазначити тут можна те, що головна інформація починається із заголовку, у той час як у другому реченні інформація подається описово, без чіткого називання явища, напр.: замість *800 Euro – Eines* (*Sie hat damit vor allem eines im Sinn*). Автор вжив цей прийом задля уникнення повтору у короткому тексті, тим самим підтверджуючи думку, заявлену в заголовку. У цьому прикладі зазначимо явище евфемізації, контекстуального синоніму. Перше речення – *Die finnische Regierung bereitet offenbar ein monatliches Grundeinkommen für jeden Erwachsenen vor* – є простим, повним, має підмет, присудок.

Текст 2 (*"Frau Petry und die Wahrheit"*) є прикладом *"короткого повідомлення"*, що передає думку, позиції інших людей. Ідеться про повідомлення, яке переповідає коротке інтерв'ю із головою *AfD*, і складається лише з одного речення зі складносурядним зв'язком. *Sie hat im Interview mit unsere Zeitung eindeutig den Waffeneinsatz an der deutschen Grenze gefordert – als Ultima Ratio.* Отже, відтворюються слова іншої особи – як фак-

ти й оцінка. Зазначимо, що інформація йде не від безпосереднього автора слів, а від самої голови партії, її ім'я вказується у тексті, передача слів вводиться через ввідне слово *dokumentiert.* Отже це "коротке повідомлення" можна вважати таким, що переповідає чуже висловлювання (*wiedergabende Meldung*). У тексті також присутня оцінна лексика: *Lügen-Pinocciopresse* – штучний термін з елементом алюзії й іронії, який було винайдено в суспільстві для позначення преси, яка нібито подає неправдиву інформацію. Далі знаходимо в тексті латинський афоризм – *Ultima Ratio*, який означає: *останній засіб/метод,* і служить для мовної економії, а також є прикрасою в тексті, яка робить текст не сухим і занадто телеграфним.

Текст 3 і **Текст 4** ілюструють короткий огляд подій, що відбудуться в майбутньому. Речення в тексті вжиті у теперішньому часі у значенні майбутнього. Отже, короткі повідомлення передають не лише події, що сталися, але також передають короткий анонс на майбутнє. У цих текстах йдеться про те, *хто?, де?, коли?, за яких умов? і чому?* зустрічається, а отже це *"фактологічне повідомлення" (faktizierende Meldung).* У **Тексті 3** виявлені випадки вживання метонімії, наприкл: *Die Europäer wollen die Türkei bewegen*, *die EU will,* де вжите слово *Die Europäer* означає європейських політиків, *die Türkei* – турецьких політиків, *EU* – політиків Євросоюзу. У цьому тексті також виявлені інфінітивні конструкції для позначення наміру: *Die Europäer wollen die Türkei dazu bewegen, die Grenzen zu Griechenland für Flüchtlinge zu schließen.* Із 10 речень, представлених у чотирьох текстах, лише одне є складнопідрядним, яке міститься у **Тексті 4:** *Wenn es keine Einigung gibt, könnten auch neue Grenzkontrollen beschlossen werden.* Це є складнопідрядне речення умови, із сполучником підрядності: *wenn.***Текст 4** містить також і пасивні конструкції, наприкл: *die Details geklärt werden, neue Grenzkontrollen beschlossen werden.* Пасивні конструкції вживаються без називання *агенса* дії, оскільки його вказано у першому реченні, а головною виступає сама *дія* у тексті. Пасивні конструкції притаманні текстам "*інформаційних жанрів",* оскільки автор тексту лише повідомляє події, і часто виконавець дії невідомий, або вже згадувався у тексті і в подальшому не повторюється.

Жанр "короткого повідомлення" характеризується наявністю слів, які допомагають констатувати події або посилатися на слова учасників події, а також слугують для позначення об'єктивності слів автора. Наприклад: *dokumentiert Parteichefin, erklärt Sprecher, geklärt werden.* У текстах "короткого повідомлення" вживається звичайна і зрозуміла лексика – та, що тяжіє до конкретики. У текстах виявлені модальні слова – "підсилювачі" *offenbar, eindeutig, konkret*, які слугують для того, щоб зазначити впевненість автора, доводять дійсність, правдивість стану речей. Виявлені також слова типу *vorallem, anschließend, weiterhin, erstmals*, *im Gegensatz*. Вони слугують для побудови логічності думки автора.

Лексика, що представлена у прикладах, належить до політичної, економічної, юридичної та суспільної тематики: *Gesetz, Regierung, EU, Chef*; натомість спеціальна лексика, жаргонізми не виявлено.Типовими для преси загалом є варіанти об'єднання акроніму та іменника*: EU – Gesetz, BKB – Referendum, EU-Chef.*

Отже, "коротке повідомлення", з огляду на його загальні композиційні й лінгвостилістичні характеристики, можна класифікувати як окремий інформаційний жанр у німецькій газеті з розгалуженою типологією: *faktizierende Meldung (Aspektiearchiesche, Aspektreihung), Wiedergabende Meldung (speziefitierende Wiedergabe, reihende Wiedergabe), ertweiterte Meldung.*

В аспекті структурної композиції цей жанр виявляє заголовок та основну частину. "*Фактологічні короткі повідомлення"* (*faktizierende Meldung*) будуються за правилом піраміди і відповідають на запитання *Що?, Коли?, Хто? Де? і Як?. У повідомленнях,* що передають чужі висловлювання (*wiedergabende Meldung*), основними є слова відомих осіб, результати опитування, цитати, витяги з інтерв'ю. Такі повідомлення позначені емоційністю. "Коротке повідомлення" складається з 1–4 речень.

До лінгвістичних ознак "короткого повідомлення" належать: прості, односкладні чи двоскладні речення, у минулому часі, або теперішньому для позначення майбутнього. Частотними є випадки вживання пасивних конструкцій, безособових речень, наявні інфінітивні конструкції, що слугують для висвітлення наміру повідомлення. Це свідчить про те, що інформація у "коротких повідомленнях" подається стисло, чітко, у телеграфно-

му стилі й має вміщувати усе головне в межах двох, трьох речень. Фігура автора не виявляє себе у тексті, натомість головну роль відіграє саме повідомлення, висвітлена подія, або слова інших осіб.

Лексика в текстах є загальнодоступною й висвітлює суспільно-політичні події. У "коротких повідомленнях" основна інформація передається іменниками та дієсловами. Прикметники та дієприкметникові звороти мають значно менше інформаційне навантаження, оскільки відіграють другорядну роль для такого виду текстів і можуть заважати адекватному сприйняттю повідомлення читачем і навіть відволікати його від основної думки. Ввідні слова, виявлені у тексах "коротких повідомлень", вживаються у межах передачі чужих висловлювань; модальні слова вказують на впевненість у висвітлених фактах, а слова-зв'язки – слугують для логічної побудови тексту.

Стилістичні засоби, зокрема метонімія, контекстуальні синоніми, евфемізація, що задіяні в "коротких повідомленнях", вживаються для мовної економії або для узагальнення. Вони роблять текст зручним для сприйняття.

"Короткі повідомлення"вирізняються чіткістю, об'єктивністю викладу матеріалу новин; актуальністю та новизною.

У перспективі "коротке повідомлення" може бути досліджено у лінгвопрагматичному та лінгвокультурному аспектах.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Дридзе Т. М.* Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации. Проблемы семисоциопсихологии : монография / Т. М. Дридзе. – М. : Наука, 1984.

2. *Третьяк А. О.* Семантическая макроструктура текста новостей // Карповские научные чтения : сб. науч. ст. / А. О. Третьяк. – Минск : "Белорусский Дом печати", 2015. – Вып. 9. – Ч. 1

3. *Моргун Ю.* Лінгвостилістичні характеристики замітки як інформаційного жанру у німецькій пресі / Ю. Моргун // Мовні і концептуальні картини світу : зб. / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – К. : ВПЦ "Київський університет", 2015. – Вип. 55.

4. *Bucher H.* Pressekommunikation. Grundstrukturen einer öffentlichen Form der Kommunikation aus linguistischer Sicht : monografie / H. Bucher. – Tübingen : Niemeyer, 1986.

5. *Burger H.* Mediensprache. Eine Einführung in Sprache und Kommunikationsformen der Massenmedien 3.,/ völlig neu bearbeitete Auflage. – 1 / H. Bucher. – Berlin ; New York : Walter de Gruyter 2005, (= Reihe: de Gruyter Studienbuch).

6. *Fasel C*. Textsorten. /Band 2, UVK Verlagsgesellschaft mbH / C. Fasel. – Konstanz, 2008. – S. 84.

7. *Lüger H*. Pressesprache. /2. Aufl. Berlin: de Gruyter [Nachdruck]. 1995.

8. *La Roche von W.* Einführung in den praktischen Journalismus. /München/Berlin: List/Econ/Ullstein, 18., aktualisierte und erweiterte Auflage 2008.

9. *Eckart Klaus Roloff* : Journalistische Textgattungen. – München 1982.

10. *Schröder. S.* Die Handlungsstruktur von Texten: ein integrativer Beitrag zur Texttheorie /Gunter Narr Verlag, 2003.

11. *Weischenberg S.* Journalistik. Theorie und Praxis aktueller Medien kommunikation. / Bd. 1–3. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2004.

12. http://www.journalexikon.de/meldung.htm

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. *Frankfurter Allgemeine Zeitung* [Електронний ресурс режим доступу E-paper]. – http://www.faz.net/e-paper/ 07.12.2015.

2. *Rhein-Zeitung* [Електронний ресурс режим доступуE-paper].- https://digital.rhein-zeitung.de/ 5.02.2016.

3. *Die Zeit*. : Zeit-Verlag Gerd Bucerius GmbH&Co. KG, 2016. – 3 März. – № 11.

Моргун Ю., асп.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

ЛИНГВОСТИЛИСТИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ИНФОРМАЦИОННОГО ЖАНРА DIEMELDUNG (СООБЩЕНИЕ) В НЕМЕЦКОЙ ГАЗЕТЕ

Посвящена исследованию короткого сообщения как информационного жанра в немецкой прессе. Уточняется понятие "информационный жанр"; определены его общиеструктурно-композиционные, грамматические и лексические особенности.

Ключевые слова: *информационный жанр, немецкая газета, короткое сообщение, композиционные особенности, лингвистические характеристики.*

Morgun J., postgraduate student,
Taras Shevchenko National University of Kyiv

LINGUOSTYLISTIC CHARACTERISTICS OF DIE MELDUNG (SHORT REPORT) AS AN INFORMATION GENRE IN THE GERMAN PRESS

The article deals with short report as an information genre in the German press. The paper specifies the notion of "information genre", identifies its general structural and compositional,as well as grammatical and lexical peculiarities.

Keywords: *information genre, the German Press, short report, compositional peculiarities, linguistic peculiarities.*

УДК 811.111'37

Мошнягул А. С., студ.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛІЙСЬКИХ ЮРИДИЧНИХ ТЕРМІНІВ НА ПОЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ COURT

Аналізуються особливості семантики лексичних одиниць англійської мови права, що вживаються на позначення судочинства.

Виокремлено три лексико-семантичні групи англійських юридичних термінів, об'єднаних у лексико-семантичному полі COURT, і представлено особливості їхніх відношень шляхом здійснення компонентного аналізу семантичної структури кожної досліджуваної термінологічної одиниці.

***Ключові слова**: юридичний термін, семантичне поле, лексико-семантична група, семантична структура, сема.*

Термінологічні системи різних наук виникають і розвиваються в тісному зв'язку з розвитком соціально-правових інститутів суспільства, структура яких базується на нормах, що конституюють право. Концептуалізація правового знання маніфестується юридичною термінологією, яка становить важливу частину словника будь-якої сучасної мови та виступає системою мовних одиниць, об'єднаних належністю до юридичної науки, що використовуються для номінації правових явищ і понять [6, с. 3].

Увага до англійського законодавства спричинила появу низки досліджень юридичних термінів. Вітчизняні лінгвісти Ю. Н. Караулов [3], Т. Р. Кияк [4], Е. Ф. Скороходько [7] досліджували поняття "термін", лінгвістичні аспекти введення термінів, лексичне значення слова, семантику.

Із погляду юридичної лексики, І. М. Гумовська [1] досліджувала генезис термінів, Е. Т. Дерді [2] – словотворення, А. М. Ляшук [6] – семантичну структуру юридичних термінів.

Актуальність дослідження. Одним із важливих завдань сучасної лексикології є розгляд лексичних одиниць як елементів мовної системи. Такі дослідження уможливлюють розкриття глибинних структур семантики, що дозволяє виявити основні закономірності та шляхи розвитку словникового складу, відкриває можливість глибшокого пізнання мо-

ви й має вирішальну роль при встановленні принципів семантичного розвитку терміносистем загалом і юридичної зокрема. Юридичні терміни на позначення судочинства відіграють важливе значення в англійській правовій системі, оскільки суд є ключовим органом, що регулює правовідносини.

Зважаючи на те, що терміни окремих семантичних класів як фрагментів лексико-семантичної системи мови було розглянуто лише частково, назріла потреба їхнього аналізу на основі дослідження семантичного поля, представленого лексемою *COURT,* і парадигматичних системних зв'язків лексико-семантичних груп термінів, що вживаються на позначення ключового поняття.

Об'єкт вивчення– лексико-семантичне поле термінологічних одиниць англійської мови на позначення поняття *COURT*, а **предмет –** концептуальні особливості лексико-семантичної репрезентації поняття *COURT* в англійській мові на **матеріалі**, що становить 97 лексичних одиниць (далі – ЛО), зафіксованих спеціалізованими юридичними і тлумачними словниками англійської мови [9–12], які вербалізують поняття *COURT* в англійській юридичній терміносистемі.

Мета розвідки полягає у визначенні й описі особливостей лексико-семантичної репрезентації поняття *COURT* в англійській мові. Основним **завданням** є розкриття специфіки термінологічної номінації поняття *COURT* в англійській мові шляхом обґрунтування теоретичних засад наукового дослідження; виявлення корпусу англійських лексичних одиниць на позначення поняття *COURT*; здійснення компонентного аналізу словникових дефініцій досліджуваних термінів; виявлення й характеристика особливостей семантичних відношень між досліджуваними лексемами.

Теоретичними джерелами послужили наукові праці вітчизняних і зарубіжних мовознавців, довідковими джерелами виступають термінологічні та тлумачні словники англійської мови.

На всіх етапах роботи послідовно застосовано *індуктивний метод*, відповідно до якого дослідження здійснено в напрямі від аналізу конкретного матеріалу – до узагальнень і висновків. Дослідження семантичної структури слова, уточнення

елементів значення слів здійснюється методом *словникової ідентифікації* з використанням *компонентного аналізу,* при якому кожний елемент тлумачення у формі окремого повнозначного слова дорівнює семантичному компоненту.

У дослідженні спираємося на визначення *юридичного терміна* (далі – Ю.Т.) П. Рабіновича, який називає його словом або словосполученням, що виражає поняття з правової сфери суспільного життя і має визначення в юридичній літературі [8, с. 482].

Семантичний аспект терміна передбачає дотримання таких вимог, як відсутність суперечностей між прямим значенням терміна як слова та його значенням у певній терміносистемі, однозначність терміна та відсутність синонімів [2, с. 8].

Проте лінгвісти у межах семантичних зв'язків між елементами терміносистеми виділяють такі явища: відношення смислової подібності – синонімія; відношення смислового протиставлення – антонімія; відношення смислового включення – гіперо-гіпонімія [5, с. 211].

Англійський юридичний термін ***COURT***є полісемантичним. Ми розглядаємо ключове поняття нашого дослідження, спираючись на таке визначення:"особи, які зібралися для слухання та вирішення справ", на що вказують семи*'person', 'judge', 'assemble', 'hear', 'decide', 'case'*.

Лексема ***COURT*** виступає ключовим поняттям у семантичному полі досліджуваних термінологічних одиниць. Семантичні компоненти дефініцій терміна дозволяють виокремити три лексико-семантичні групи (ЛСГ):

1) особа у судовому процесі (*personinproceedings*);

2) слухання справи (*lawhearing*);

3) винесення судового рішення (*casedeciding*).

До ЛСГ на позначення *особи у судовому процесі* ми відносимо терміни, які у своїй семантичній структурі містять компонент *'person'*.

Досліджувані ЮТ, у кількості *35* ЛО, утворюють дві підгрупи: *фахівець юридичної діяльності* (22 ЛО) та *учасник судового процесу* (13 ЛО).

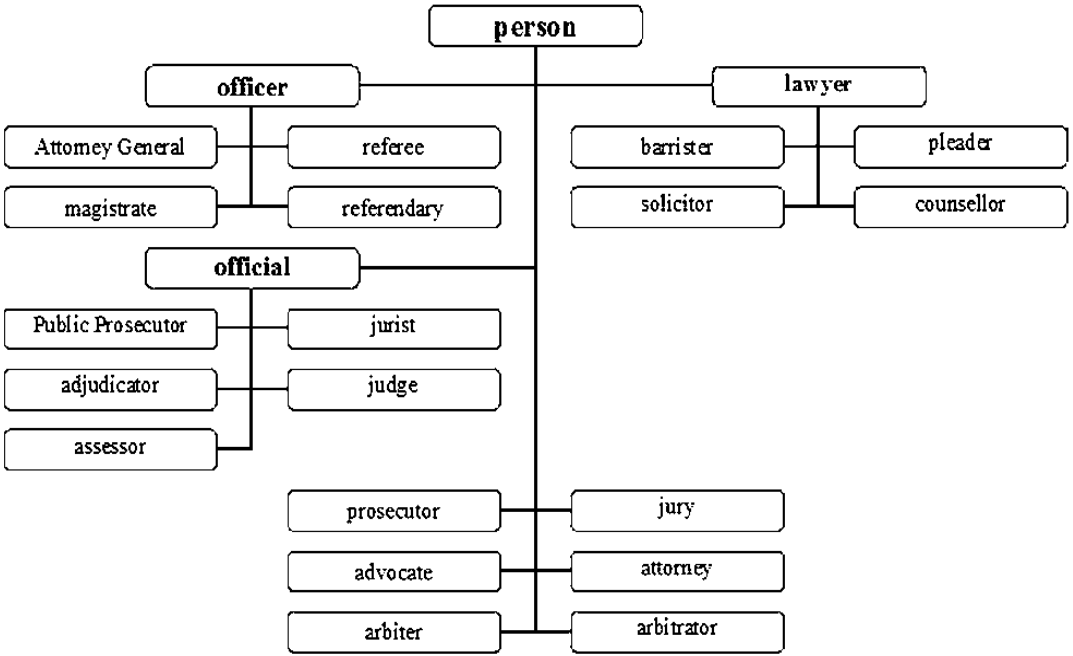

person
officer
lawyer
Attorney General
referee
magistrate
referendary
barrister
pleader
solicitor
counsellor
official
Public Prosecutor
jurist
adjudicator
judge
assessor
prosecutor
jury
advocate
attorney
arbiter
arbitrator

Рис. 1

Аналізуючи семантичну структуру англійських ЮТ на позначення *фахівця юридичної діяльності* (Рис. 1), ми виявили лексему ***official***, щоназиває "службовця,уповноваженого робити вирок", що ілюструють семи *'officer', 'empowered', 'exercise', 'judgement'*. Терміни ***official*** та ***officer*** виступають синонімами, адже мають близькі значення і тлумачаться один за допомогою іншого. Також цій підгрупі лексичних одиниць притаманне явище гіпонімії: ЛО ***person*** очолює лексичну ієрархію термінів на позначення фахівця юридичної діяльності, а тому виступає гіперонімом відносно інших 21 ЛО зазначеної ЛСГ. Гіпоніми ***official, officer, lawyer*** терміна ***person*** виступають гіперонімами стосовно до 19 лексичних одиниць описуваної ЛСГ.

Семи *'official'* і *'officer'* містяться у тлумаченні ЛО ***judge***, ***referee***, ***adjudicator***, ***magistrate***, ***referendary***, ***assessor***. Сема *'preside'* наявна у семантичній структурі термінів ***judge, referee, adjudicator***; семантичний компонент *'court'* міститься у тлумаченнях юридичних одиниць ***magistrate*** та ***judge***; сема *'judge'* лексеми ***adjudicator*** об'єднує її з лексичними одиницями ***assessor***, ***arbiter***, ***arbitrator*** і ***jury***. Терміни ***arbiter*** та ***arbitrator*** виступають абсолютними синонімами, оскільки містять повністю ідентичні семи у своїх тлумаченнях: *'person', 'chosen', 'judge', 'decide', 'disputed', 'issue'*.

Семантичний компонент *'empowered'* лексеми ***official*** наявний у тлумаченні ЮТ ***attorney***, що називає особу, уповноважену представляти інтереси іншої, на що вказують семи *'person', 'empowered', 'act', 'another'*. Семи *'conduct'* і *'criminal'* виступають інтегративними у семантичній структурі ЛО ***Public Prosecutor*** та ***prosecutor***. ЮТ ***Public Prosecutor*** та ***Attorney General*** поєднуються інтегративними семантичними компонентами *'officer'* і *'official'* і *'state'*. Термінологічна одиниця ***lawyer*** поєднується з терміном ***officer*** семою *'advice'* та з ЛО ***Public Prosecutor*** і ***prosecutor*** семою *'conduct'*. Сема *'lawyer'* наявна у тлумаченнях ЮТ ***counsellor***, ***solicitor***, ***advocate***, ***pleader*** і ***barrister***. Семантичний компонент *'advice'*є спільним для ЛО ***lawyer*** і ***solicitor****;* сема *'conduct'* наявна у семантичній структурі лексем ***counsellor***та ***lawyer****;* семантичний компонент *'plead'* наявний у тлумаченнях ЮТ ***barrister, pleader*** та ***advocate***; семи *'case'*та *'court'* є складовими частинами семантич-

ної структури термінів ***counsellor, solicitor, barrister, pleader*** та ***advocate***. Помічені нами особливості свідчать про синонімічні зв'язки у вказаних лексичних одиницях.

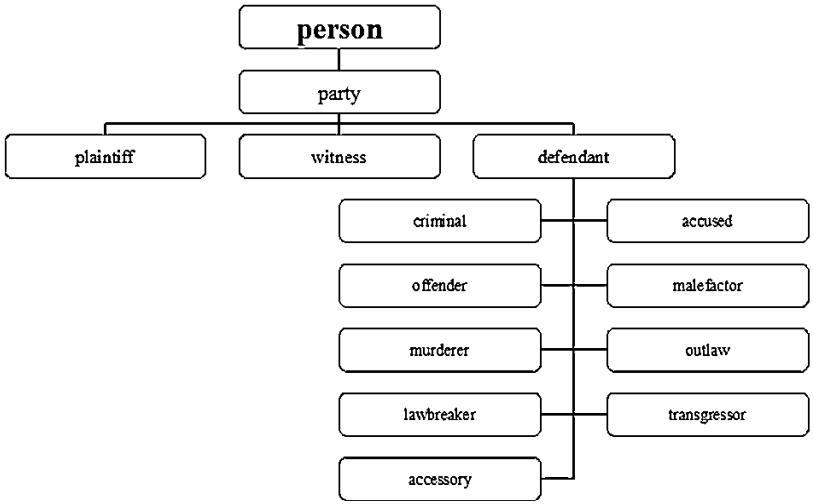


Рис. 2

Розглянемо таку підгрупу термінів. Юридична одиниця ***party*** називає *людину, залучену у судовий процес* (Рис. 2), на що вказують семантичні компоненти *'person', 'involved', 'proceeding'*. Із даних наведеної схеми видно, що ЛО ***party*** виступає гіперонімом гіпонімів ***plaintiff***, ***defendant, witness***, із яких ЮТ ***defendant*** є гіперонімом відносно до 9 синонімічних ЛО на позначення обвинуваченого у судовому процесі.

Семантичний компонент '*witness'* терміна ***party*** виступає лексемою, що вживається на позначення поняття "свідок, який дає свідчення у суді":*'person', 'give', 'evidence'*. Лексеми ***plaintiff*** і ***defendant*** містять у своїх тлумаченнях семантичний компонент *'party'* і виступають юридичними одиницями на позначення позивача та підсудного у судовому процесі. Їх об'єднують спільні семи *'party', 'legal', 'action'*.Семи *'charged'* і *'crime'*ЛО ***defendant*** об'єднують її з лексемою ***criminal***, яка семантичними

компонентами *'person', 'convicted', 'crime'* називає особу, що обвинувачується у злочині. Термін ***criminal,*** у свою чергу, об'єднується семами*'charged'*та *'person'* із ЮТ ***accuse***. ЛО ***accused*** семами *'person'* та *'offence'* об'єднується з ЮТ ***offender*** і ***malefactor***. Семи *'person'* і *'crime'* терміна ***criminal*** об'єднують його з лексемами ***murderer*** та ***outlaw***. Семантичний компонент *'commit'* об'єднує поняття ***offender, malefactor, murderer***та ***outlaw***. Лексична одиниця ***offender*** семами *'person'* і *'law'* об'єднується з трисемними юридичними термінами ***lawbreaker*** і ***transgressor***. Юридичні терміни ***lawbreaker*** та ***transgressor*** виступають абсолютними синонімами, оскільки мають одне й те саме тлумачення.

Для виявлення особливостей ЛСГ *слухання справи*, що маніфестує термін ***hearing*** (семи *'judicial'* та '*investigation'*), ми аналізуємо*47* ЛО, які стосуються судового процесу.

Значення терміна ***tryacase*** подібне додефініції лексеми ***hearing*** через наявність у його семантичній структурі компонентів '*investigate'* та '*judicially'*. Він семантично поєднується з ЮТ ***investigation***, який, у свою чергу, має семантичні відношення з ЛО ***case***, про що свідчить інтеграційна сема *'fact'* у їхніх тлумаченнях. У дефініції терміна ***case*** наявний семантичний компонент *'evidence'*, який виступає лексемою, синонімічною до ЮТ ***testimony***, що відображає показання свідків у суді семами *'evidence'*, *'witness', 'court'*.

Лексему ***evidence*** як семантичний компонент містять у своїй структурі терміни ***directevidence*** і ***circumstantial evidence***, які виступають антонімами через сему '*notdirect*' у тлумаченні терміна ***circumstantial evidence***. Сема *'statement'* об'єднує ЛО ***affirmation*** із лексемами ***evidence*** та ***affidavit***. Компоненти *'true'* та *'statement'*, наявні у семантичній структурі ЮТ ***affidavit*** та ***affirmation***, дозволяють зробити висновок, що ці терміни є синонімами.

Сема '*trial'*, яка наявна у семантичній структурі ЛО ***hearing***, у англійській термінології виступає ЮТ, який вживається на позначення офіційного судового процесу, на що вказують семантичні компоненти *'formal'* і '*proceeding'*. Лексеми ***proceeding*** та ***action*** вважаємо синонімами, оскільки вони позначають одне явище і тлумачаться одна за допомогою іншої. На смислову

подібність ЮТ ***lawsuit*** і ***litigation*** вказують семи *'proceeding'* і *'court'*. Синонімічні терміни ***pleadings*** і ***contest*** вживаються на позначення "судових дебатів" і об'єднуються семою *'proceeding'*. Антонімом ЮТ ***contest*** є ЛО ***no contest***, про що свідчить сема *'not contest'* у його тлумаченні.

Сема *'adversarial'* лексеми ***trial*** виступає юридичним терміном, який вживається на позначення судового процесу, що маніфестують семантичні компоненти *'justice', 'system', 'prosecution', 'defence'* та *'opposing'*.

Термін ***adversarial*** містить у своїй семантичній структурі сему *'defence'*, яка вживається на позначення поняття "захист". Сема *'prosecution'* ЛО ***defence*** поєднує її з лексемами ***insanity defence*** та ***presumption of innocence.*** ЮТ ***apology*** тлумачиться за допомогою терміна ***defence*** і виступає його синонімом. Сема *'prosecution'* лексеми ***adversarial*** називає термін, який семами *'person'* та *'accuse'* об'єднується з ЛО ***arraign***. Лексема ***indict*** є синонімічною відносно до терміна ***arraign***, на що вказує спільний семантичний компонент *'accuse'*. Терміни ***accuse*** та ***charge*** є синонімами, оскільки тлумачаться в словникових дефініціях один за допомогою іншого. Семантичний компонент '*charge'* містять у своєму тлумаченні терміни ***sue***,***prosecute***, ***incriminate***, ***recrimination***, ***accusal***, та ***accusation***, які також вживаються на позначення обвинувачення. Семантичний компонент '*accusation'* виступає інтегративним у термінах ***allegation*** та ***inculpation***.

ЛСГ *винесення судового рішення* представлена лексемою ***decide***. Семантичний компонент *'determination'* ЛО ***decide*** виступає ЮТ, який розкриває поняття підсумку судового процесу, коли офіційно оголошують остаточне рішення, що ілюструють семи *'conclusion', 'lawsuit', 'render', 'final'* та *'decision'*. Сема *'decision'* міститься у семантичній структурі термінів ***verdict***, ***finding***, ***precedent***, ***awarder***. Із цими термінами поєднується ЛО ***judgement***, оскільки виступає семантичним компонентом у тлумаченні лексеми ***decision*** і містить сему *'determination'* у своїй семантичній структурі. Семантичний компонент *'judgment'* наявний у лексемі ***sentence***, яка вживається на позначення рішення суду про покарання того, кого визнали винним, що маніфестують семи *'judicial', 'decision', 'punishment', 'adjudged', 'guilty'*.

Семантичний компонент *'guilty'* містить юридичний термін ***conviction***, який семантичними компонентами *'result', 'criminal', 'trial', 'defendant', 'found', 'guilty', 'crime'* позначає результат кримінального судового процесу, у якому підсудного проголошено винним у скоєнні злочину. Семантичний компонент *'conviction'* наявний у тлумаченні лексеми ***miscarriage of justice***, що вживається на позначення засудження людини у скоєнні злочину, яка його не чинила, що підтверджують семи *'conviction'*, *'punishment', 'person', 'crime', 'notcommit'*. Антонімом лексеми ***conviction*** виступає ЮТ ***acquittal*** через наявність протилежних семантичних компонентів: *'guilty' – 'notguilty'*.

Сема *'judgment'* міститься також у тлумаченні ЛО ***punishment***, яка репрезентує покарання. Семантичний компонент *'punishment'* наявний у семантичній структурі юридичних одиниць ***imprisonment*** і ***penalty***, що вживаються на позначення покарання. Терміни ***punishment*** і ***penalty*** виступають синонімами, оскільки у словнику тлумачаться один за допомогою іншого.

Унаслідок проведеного дослідження ми виявили, що семантичне поле термінів на позначення судочинства утворюють 97 одиниць англійської мови, компоненти семантичної структури яких дозволяють виділити три лексико-семантичні групи: особа у судовому процесі (*person in proceedings*), слухання справи (*law hearing*) і винесення судового рішення (*case deciding*). Парадигматичні зв'язки, що маніфестують поняття *COURT* в англійській мові, представлені синонімічними, антонімічними та гіперо-гіпонімічними відношеннями, наявність яких підтверджує, що явище смислової подібності, протилежності і включення у термінологічній лексиці є живим процесом існування терміна і свідчить про динамічність і відкритість досліджуваних мовних систем. Наявність парадигматичних зв'язків між лексичними елементами системи юридичних термінів як реєстрових словникових одиниць зумовлюється як загальними тенденціями розвитку мов, неможливістю ізоляції від процесів загально літературної мови, так і впливом позамовних факторів об'єктивної дійсності, в умовах якої відбувається функціонування термінів.

Проведене дослідження семантичної структури юридичних термінів, зафіксованих тлумачними словниками англійської мови, сприяє простеженню особливостей правової культури,

аналізованої юридичної підмови, відкриває перспективи подальших досліджень галузевої терміносистеми, а також має ефективність у процесі лексикографічної та перекладацької практик. Перспективою подальших досліджень вбачаємо системний аналіз досліджуваних термінів з огляду на наявність у них синтагматичних зв'язків, виявлення структурних особливостей і словотвірних властивостей. Також вважаємо за доцільне здійснити семантичний аналіз термінів з інших семантичних класів юридичних одиниць із метою отримання більш повної картини про функціонування термінів англійської мови у юридичному дискурсі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Гумовська І. М.* Англійська юридична термінологія в юридичних текстах: генезис, деривaційні та семантико-функціональні аспекти: автореф. дис. … канд. філол. наук : 10. 02. 04 / І. М. Гумовська. – Л., 2000.

2. *Дерді Е. Т.* Словотвірні та структурно-семантичні характеристики англійських юридичних термінів : автореф. дис. … канд. філол. наук : 10.02.04 "германські мови" / Е. Т. Дерді. – К., 2003.

3. *Караулов Ю. Н.* Структура лексико-семантического поля / Ю. Н. Караулов // Филологические науки. – М., 1972. – № 1. – С. 57–68.

4. *Кияк Т. Р.* Лингвистические аспекты терминоведения / Т. Р. Кияк. – К. : УМКВО, 1989. – С. 103.

5. *Кочерган М. П.* Вступ до мовознавства : підручник / М. П. Кочерган. – 2-ге вид. – К. : Академія, 2005.

6. *Ляшук А. М.* Семантична структура юридичних термінів української та англійської мов : автореф. дис. … канд. філол. наук : спец. 10.02.17 "Порівняльно-історичне і типологічне мовознавство" / А. М. Ляшук. – Кіровоград, 2007.

7. *Скороходько Е. Ф.* Семантическиесвязи в лексике и текстах / Е. Ф. Скороходько // Вопросы информационной теории и практики. – М. : ВИНИТИ, 1974. – Сб. 23. – С. 6–116.

8. *Юридична енциклопедія* : у 6 т. / упоряд. Ю. С. Шемшученко та ін. – К. : Укр. енциклопедія, 2004. – Т. 6.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

9. LegalDictionary [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://dictionary.law.com

10. Oxford Dictionary of Law edited by Elizabeth A. Martin, 5th edn. – Oxford University Press, 2003.

11. Oxford Learner's Dictionary [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.oxfordlearnersdictionaries.com/

12. Webster'snew 20th century dictionaryofthe Englishdictionary – NewYork, 1963.

Стаття надійшла до редколегії 20.04.2016 р.

Мошнягул А. С., студ.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ АНГЛИЙСКИХ ЮРИДИЧЕСКИХ ТЕРМИНОВ НА ОБОЗНАЧЕНИЕ ПОНЯТИЯ COURT

Анализируются особенности семантики лексических единиц английского языка, которые употребляются для определения судопроизводства. Выделено три лексико-семантические группы английских юридических терминов, объединённых в лексико-семантическом поле COURT, и обнаружены особенности их отношений путём осуществления компонентного анализа семантической структуры каждой исследуемой терминологической единицы.

***Ключевые слова**: юридический термин, семантическое поле, лексико-семантическая группа, семантическая структура, сема.*

Moshniahul A. S., student
Taras Shevchenko National University of Kyiv

SEMANTIC PECULIARITIES OF THE ENGLISH LAW TERMS DEFINING THE CONCEPT OF COURT

The article deals with the analysis of semantic peculiarities found in the English lexical units used to define legal proceedings. In the research, applying the component analysis of the semantic structure of each terminological unit under investigation, we have revealed specific features of relations between the lexical units within three semantic groups of the English law terms thematically united in the semantic field COURT.

***Keywords**: a law term, semantic field, semantic group, semantic structure, seme.*

УДК 811.161.2'06: 82-84

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

ПАРЕМІЯ ЯК ОБ'ЄКТ МОВОЗНАВСТВА

Досліджено проблему паремії в контексті мовознавства, проаналізовано вмотивованість появи пареміологічних одиниць, здійснено спробу дослідження функцій цих одиниць у системі мови, а також проаналізовано взаємозв'язок між пареміологічними одиницями та способи їхньої класифікацій.

***Ключові слова**: паремія, пареміологічні одиниці, прислів'я, приказка, когнітивна лінгвістика.*

Дослідження паремії як явищає об'єктом зацікавлень і дискусій не лише в галузі мовознавства, але й багатьох інших наук, зокрема, фольклористики, культурології, етнографії, соціології та психоло-

гії, які прагнуть не лише зрозуміти природу феномена паремії, але й проаналізувати внутрішню та зовнішню мотивацію витворення пареміологічних одиниць. Увага до паремії зумовлена її властивістю до узагальнення рис колективної свідомості етносу, його досвіду, особливостей менталітету та світосприйняття.

Безліч поглядів на природу і класифікаційні ознаки паремії зумовили різноманітність визначень поняття "паремія". Варто зауважити, що погляди на природу паремії відрізняються. На сучасному етапі розвитку мовознавчої науки відбулися зміни в поясненні терміна "паремії", що є результатом різноаспектного аналізу явища "паремії". Проаналізувавши відомі визначення, погоджуємось із думкою В. М. Мокієнка про те, що паремії – це стале в мові і відтворюване в мовленні антонімічне висловлювання дидактичного характеру, до якого входять прислів'я, приказки та ідіоми [3, с. 12].

На думку Д. О. Добровольського та Ю. М. Караулова, основна функція паремії – це можливість виразити суб'єктивний, емоційно-оцінний погляд на світ [1, с. 8]. Зазвичай паремії не мають авторства, хоча зв'язок із текстом-джерелом у деяких випадках легко простежити. До паремії зараховують прислів'я, приказки, вислови з Біблії, що мають ознаки загальновідомості [6], а також авторські висловлювання, що набули загальновідомого й дидактичного звучання.

Поява класифікації та пояснення паремії як мовного явища відбулась під впливом ідей В. фон Гумбольдта "про мову як діяльність народного духу", які свідчили про перехід світової науки від лінгвістики формальної, описової до лінгвістики антропологічної, інтерпретаційної – вивчення мови "в тісному зв'язку з людиною, її свідомістю, мисленням, духовно-практичноюдіяльністю" [5, с. 8]. Так, за В. фон Гумбольдтом і його послідовниками, паремійні утворення потребують особливої уваги, бо вони відображають сукупність думок, сформованих народом як лінгвокультурним цілим: його менталітет, філософію, психологію, а також забобони й елементи язичницьких вірувань.Саме тому класифікація паремій ґрунтується на наявності або ж відсутності образного плану, різному ступені узагальнення значення, відтворюваності, особливості синтаксичної структури й ін.

Досліджуючи паремії, П. В. Чеснокова виділяє логему – логіко-семантичну одиницю узагальнюючого характеру, з якою можна співвіднести окрему групу паремій. Логема – узагальнення думки, що об'єднує групи конкретних характеристик та оцінок окремих культурно важливих сенсів, які можна виявити в пареміологічному фонді [7, с. 46, 112].

Відтак, у процесі здійснення аналізу пареміологічного фонду особливого значення надавалося аналізу тих паремій, появу яких пов'язано з історією народу, його культурою, побутом, оскільки такі дослідження дали змогуви явити лінгвокультурні особливості окремого етносу. Однак і досі точаться дискусії щодо місця паремії в системі мови, статусу цих одиниць, їхньої класифікації, інтерпретації й диференціації серед різних мовних явищ. Оскільки внаслідок постійного розвитку та зміни поля зацікавлень у науці, понятя"прислів'я", "приказка", "паремія" не отримали єдиної дефініції, це зумовлено тим, що вони ставали об'єктами не лише лінгвістики, а й поетики, фольклористики, метою яких було здійснення різноаспектного аналізу цих явищ.

Відтак, етнограф І. І. Срезневський, досліджуючи семантику слова"прислів'я" та "приказка", стверджує, що в XI–XV ст. прислів'я визначали як "словесний договір", "угоду", "спільне мислення", "згоду, мир", "приказку, прислів'я", науковець також вказує на ймовірність розуміння приказки й прислів'я як синонімів та їхнє використання задля уникнення тавтології. У передмові до збірки "Російські народні прислів'я і приказки" І. М. Снєгірьов стверджує про еволюцію семантики слова прислів'я від давньоруського значення "умова", "заручини", "нарада", "угода" до значення "яке має лат. proverbium і фр. proverbe, тобто те, що надається, мовиться до слова, що співвідноситься зі словом і ділом, що співвідносне з істиною". Даючи визначення поняттю "паремія", І. І. Срезневський наголошує на тому, що це лексична одиниця обмеженого вживання, пов'язана з церковною літературою, тому дослідник виділяє такі три його значення: "притча", "вислів"; "вибрані уривки з Святого Письма, які зачитують під час богослужінь"; "церковна книга, що містить паремії". Варто зазначити, що в релігійній культурі визначення паремії було вужчим і співвідносилося тільки з другим визначенням ученого – уривки зі святого письма, які зачитуються під час богослужінь. У словнику В. І. Даля паремія визначалась як "повчальне слово", тобто текст дидактичного, повчального харак-

теру [Даль 1882:18]. Звідси саме дидактичність і поширеність стали тими ознаками, що зблизили в семантичному плані поняття "приказка", "прислів'я", "паремія" в історії слов'янських мов і культур.

Однак паремія – це не лише художні мініатюри, анонімні твори усної народної творчості, вживання яких у мовленні продиктоване потребою точності та виразності, але також – неписані етичні норми та правила. Відтак, особлива дидактичність паремій свідчить про існування "паремійної" логіки, яка на мовному рівні виражається через специфічну синтаксичну оформленість. Так, Ю. І. Левін і Г. Л. Пермяков свого часу стверджували про помітну семантичну багатоплановість паремій.

У XIX ст. у філологічній науці прислів'я отримало таке визначення-поняття, яке містить ознаки узагальненості, образності, логічної складності, дидактичності та загальновідомості. Науковці співвідносять у своїх роботах прислів'я та приказки, де приказки є уламками прислів'їв, а прислів'я – результат розгортання приказки. Однак не всі приказки утворені від прислів'я, і навпаки, тому така етимологія цих явищ викликає сумніви. У цей період увагу до української паремії виявляють письменники, серед яких І. Котляревський, Є. Гребінка, М. Максимович, О. Бодянський, Л. Боровиковський.

Важливу роль у дослідженні паремії як способу вираження національного колориту має дослідження І. М. Снегірьова. Він уперше здійснив тематичну класифікацію приказок, виділивши такі підвиди: антропологічні, фізичні, політичні, судові й інші розряди, у такий спосіб продемонструвавши принцип первинної (тематичної) обробки паремійного матеріалу. Також дослідник вдавався до типологічного аналізу, а інколи й генетичного, для того, щоб простежити ідейність і логічність одиниць, їхню синтаксичну структуру, подібний чи переважаючий компонентний склад, здійснював аналіз європейських мов, порівнював схожі між собою семантично та структурно варіанти прислів'їв.

Вагомий внесок у вивчення паремії як явища зробив В. І. Даль, який здійснив тематичний розподіл паремій, частково було зазначено про ситуативне вживання паремій, а також особливості інтерпретації сталих зворотів. Першим українським збірником, складеним за принципом словника В. І. Даля, є збірка "Українські приказки, прислів'я і таке інше" українського пареміографа М. Номиса, який зібрав і систематизував понад 14339 одиниць. Видання М. Номиса стало поштовхом до розвитку української пареміографії та пареміології.

У середині XIX ст. сформувалась міфологічна школа, до якої ввійшли Ф. І. Буслаєв, А. М. Афанасьєв, О. О. Потебня й ін. Прихильники міфологічної школи дотримувалися думки про рушійну силу міфології й релігії в розвитку фольклору. Важлива роль у вивченні паремій з погляду міфологізму належить Ф. І. Буслаєву, який стверджував, що з часом приказка втрачає власне первинне пряме значення та зберігає тільки переносне значення. Науковець робить висновок, що за ступенем відображення народного досвіду й забобонів паремії нагадують клятви, прикмети, трактування сновидінь, лікарські настанови. Відтак, попри втрату власного первинного значення, паремії дозволяють потрактувати безліч існуючих міфів. О. О. Потебня у праці "Із лекцій теорії словесності" стверджував, що, по-перше,прислів'я можуть з'явитись унаслідок "згущення думок" і таким чином становити стислу мовленнєву формулу, яка виникає як результат споглядання за конкретним явищем, яке повторюється [6, с. 103]. По-друге, прислів'я можуть виникнути внаслідок компресії байки, як наслідок виокремлення семантичного кореня з обширного поетичного твору сюжетного характеру.

Так, як прислів'я може виступати узагальнююче речення, яке містить суть усього художнього тексту, або ж репліка, яку вимовляє персонаж байки, що є основною частиною семантики вислову. О. О. Потебня наголошував на тому, що саме уривки з прямої мови набувають статусу паремії. Одним із перших ґрунтовних досліджень української пареміології є праця М. Сумцова "Опыти сторического изучения малоруських пословиц", автор вказує на схожість між прислів'ями та приказками різних народів, пояснюючи це прямими запозиченнями, водночас наголошує на тому, що схожі прислів'я могли виникати й самостійно на спільному для всіх народів психологічному й моральному ґрунті. Наприкінці XIX ст. з'являється пареміологічне дослідження В. М. Перетца "Из истории пословицы. Историко-литературные заметки и материалы с приложеним сборника польських пословиц по рукописи 1726 года". Автор подає історіографічний огляд джерел, полемізує зі своїми попередниками, пояснює походження терміна "прислів'я". У другій частині розвідки В. Перетц вмістив зразки паремій із пам'яток давньої української літератури. Йому також вдалося розшукати давню польську збірку прислів'їв "Adagia" 1726 р., у якій є ряд українських висловів, надрукованих польською абеткою. Вершиною в українській пареміографії слід вважати діяльність

І. Франка, який упорядкував ґрунтовний збірник (у шести книгах) народних прислів'їв під назвою "Галицько-руські народні приповідки"[1901–1910]. Він розкрив етимологію багатьох прислів'їв, визначив їхні міжнародні паралелі, зробив міжвидову класифікацію зазначених одиниць. І. Франко згрупував прислів'я в певні великі словникові статті, беручи в кожній за основу опорне стрижневе слово, а всі гнізда (за опорним словом) розмістив в алфавітному порядку. У радянський період вивчення паремії базувалося на ідеологічних постулатах, відтак академік Ю. М. Соколов акцентував на впливі соціальних факторів та ідеології, яка панувала в суспільстві, наголошував на їхньому впливі на формування паремії та її переосмисленні й інтерпретації. Дослідження містять найповніший опис історичних етапів формування східнослов'янської паремії. Таким чином, науковці заклали фундамент генетичних, типологічних, етнолінгвістичних досліджень паремії, що стали основою сучасних лінгвокогнітивних, етнолінгвістичних та етимологічних досліджень.

У XX ст. відбулась спеціалізація терміна паремія, він поступово зникає з філологічних та академічних словників. Так, термін "паремія" функціонує як синонім термінів прислів'я та приказка. Таке розуміння паремії знаходимо в монографії В. Н. Телії, де він пояснюється в дужках як "прислів'я та приказки" [8, с. 58].

У центрі уваги пареміологів-лінгвістів знаходяться виключно прислів'я, які розглядаються як одиниці пареміологічного рівня мови, існування якого було підтверджено в працях Г. Л. Пермякова [4, с. 84–87].

Г. Л. Пермяков дає власне визначення паремії та не включає до цього розряду фразеологізмів, однак вказує на подібність між фразеологічними зворотами, прислів'ями та приказками: клішованість, схожість зовнішньої синтаксичної форми, наявність трьох планів, наявність образної чи прямої мотивації загального значення та ін. За Г. Л. Пермяковим, паремія – ширше поняття, це народні висловлювання, виражені реченням (наприклад, прислів'я, приказки, прикмети) чи коротким ланцюжком речень (наприклад, загадки, "одномоментні" анекдоти) [4, с. 33]. У науковій практиці паремії групуються за алфавітом, за опорним словом, за часом і місцем збору паремійного матеріалу, за іменем збирача, за генетичним або монографічним принципом, за ідейно-тематичними групами і т. д. Будь-яка класифікація паремійних одиниць відносна, оскільки

класифікація за алфавітом чи опорним словом у деяких випадках ускладнює сам пошук і не завжди пов'язана зі змістом паремійних одиниць. Так, багатообразні принципи класифікації паремій свідчать про труднощі зі створення оптимальної, відповідної всім критеріям моделі класифікації. Структурно-семантичний підхід Г. Л. Пермякова до класифікації паремії популярний у лінгвістиці, він будується на ситуативному підході, тобто дозволяє розглянути паремійну одиницю через відображену нею життєву чи мисленнєву ситуацію. Відображаючи бінарність світу, учений розділив паремії за предметно-тематичними групами (типами) ситуацій, які моделюються в пареміях: початок-кінець, зміст-форма, ціле-частина, а в середині цих груп – за формоутворювальними групами: звичність-незвичність, заміннність – незаміннність, зворотність – незворотність і т. д. Такий розподіл паремії за формотворчими та предметно-тематичними групами, який пізніше було доповнено предметно-образною класифікацією (за типами представлених в паремії речей), дає і об'єктивну картину паремійного фонду в цілому, і розгорнуту характеристику кожної одиниці [4, с. 247]. Як особливий вид фразеології прислів'я і приказки вивчали В. Г. Гак, Н. М. Шанський, Д. О. Добровольський, А. В. Кунін, А. Г. Назарян, Ю. П. Солодуб, Г. З. Черданцева, В. І. Зимин та ін. Однак усі науковці відзначали особливу, відмінну від ідіом, мовну природу прислів'їв і приказок. Тому як особливі лексичні одиниці поступово вони відокремились від фразеологізмів, незважаючи на те, що мають із ними схожі риси, наприклад, цілісне образне значення, відтворюваність у мовленні, лексичну спаяність компонентів. Попри це деякі вчені не зараховують прислів'я до фразеологічного фонду мови через їхню функціональну самостійність у структурі висловлювання – фразеологічні одиниці вступають у формальні зв'язки з компонентами висловлювання, а паремії передають особливу думку у структурі тексту. Багато вчених розглядають прислів'я тільки як джерело створення ідіом. Так, М. М. Копиленко вважає, що "афоризми і прислів'я – це не фразеологія мови, але одне з її продуктивних джерел", тоді як крилаті слова і приказки він зараховує до фразеології мови (зважаючи на різний ступінь входження до фразеологічної системи) [2, с. 69–70]. Відтак, бачимо, що в трактуванні паремії існують дві тенденції. Наше дослідження ґрунтується на такому визначенні термінів. Прислів'я – це стале в мові та відтворюване в мовленні анонімне узагальнююче ви-

словлювання, зазвичай двочленне, має водночас буквальний і переносний план (або ж один із них) і може використовуватися з дидактичною метою. Приказка – стале в мові та відтворюване в мовленні узагальнююче висловлювання, яке не має закінченої думки, має одночленну структуру, зазвичай позбавлене узагальнюючого повчального змісту. Паремію розглядаємо як родове найменування, відтак, прислів'я і приказки є одиницями пареміологічного простору.

На сучасному етапі розвитку мовознавства помітним є тісний взаємозв'язок когнітивної лінгвістики, лінгвокультурології, етнолінгвістики, через це в науці сформувався погляд на паремію як одиницю, що виражає акумульоване значення і відображає етнокультурні традиції й погляди народу. Це свідчить про новий акцент у гуманітарних дослідженнях: звернення до детального розгляду загальнолюдських і національно-специфічних особливостей концептуалізації та категоризації світу, відображених мовними одиницями прислів'їв і приказок. Більшої актуальності набуває проблема розгляду пареміологічного знака в аспекті взаємодії мови й культури.

У межах сучасної антропологічної лінгвістики, яка надає особливої уваги механізмам відображення когнітивної діяльності людини у мові, паремія розглядається не лише як жанр усної народної творчості, а як особливі мовні одиниці, у яких представлений соціально-історичний і побутовий досвід народу, носія мови. Отже, прислів'я є результатом пізнання світу та мають велике значення, оскільки закріплюють у своїй семантиці опис стереотипних ситуацій, актуалізованих представниками різних культурних спільнот. У складі прислів'я інтерпретуються специфічні національні концепти. Прислів'я завжди антропоцентричні. У пареміологічному фонді універсальність проявляється на рівні тематичної класифікації паремій, а національна самобутність лінгвокультури – у різних образно-мотиваційних джерелах семантики цих виразів.

Тому вивчення паремії з погляду когнітивної лінгвістики, а також психолінгвістики набуває особливого значення, оскільки аналіз паремії з використанням психолінгвістичних експериментів дозволяє виявити фонд паремії, що перебуває в активному вжитку. Такий експериментальний погляд на паремію дозволяє проаналізувати актуальність паремії через внутрішню свідомість людини, а також виявити його як активний факт реальної дійсності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Добровольский Д. О.* Ассоциативный фразеологический словарь русского языка /Д. О. Добровольский, Ю. Н. Караулов. – М. : АСМ; Помовский и партнеры, 1994.

2. *Копыленко М. М.* Сочетаемость лексем в русском языке / М. М. Копыленко. – М. : Просвещение, 1973.

3. *Мокиенко В. М.* Современная паремиология (лингвистические аспекты) / В. М. Мокиенко // Миррус. Слова. – 2007. – № 3. – С. 6–20.

4. *Пермяков Г. Л.* Основы структурной паремиологии / Г. Л. Пермяков. – М. : Наука, 1988.

5. *Постовалова В. И.* Лингвистическая гипотеза и ее обоснование : дисс. на соиск. ученой степени д-ра филол. наук. – М. : Институт языкознания АН СССР, 1988.

6. *Потебня А. А.* Из лекции по теории словесности. Басня. Пословица. Поговорка / А. А. Потебня. – Х., 1894.

7. *Савенкова Л. Б.* Русская паремиология: семантический и лингвокультурологический аспекты / Л. Б. Савенкова. – Ростов-н/Д. : Изд. Рост.ун-та, 2002.

8. *Телия В. Н.* Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты / В. Н. Телия. – М. : Языки русской кульуры, 1996.

Стаття надійшла до редколегії 20.04.2016 р.

Музыка М. В., студ.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

ПАРЕМИЯ КАК ОБЪЕКТ ЯЗЫКОЗНАНИЯ

Исследована проблема паремии в контексте языкознания, проанализирована мотивированность появления паремиологических единиц, осуществлена попытка исследования функций этих единиц в системе языка, а также проанализирована взаимосвязь между паремиологическимы единицами и способы их классификации.

Ключевые слова: *паремия, паремиологические единицы, пословица, поговорка, когнитивная лингвистика.*

Muzyka M. V., student
Taras Shevchenko National University of Kyiv

PAREMIA AS AN OBJECT OF LINGUISTICS

The article investigates the problem of paremia in the context of linguistics and analyzes the motivation behind the appearance of paremiological units. An attempt is made to study the functions of the se units in the language system. The relationship between paremiological units and the ways of their classifications is analyzed.

Keywords: *paremia, paremiological unit, proverbs, sayings, cognitive linguistics.*

ЗМІСТ

Адилова З. Т. Термінологічна лексика у перших українських підручниках із шахової гри 7

Акімова А. О. Осмислення теми самотності серед людей у новітній китайській драматургії (на прикладі п'єс Лю Шугана "Візит мертвого до живих" (1985) 10

Андрієвська Е. М. Електронний словник Levisuel: переваги та недоліки 18

Арнаут Т., Хюнерлі Б. Тенденції мовного розвитку гагаузів України 24

Афанасьєва О. М. Сучасні підходи до вивчення медіаритуалу у лінгвопрагматичному висвітленні 35

Бєлова А. Д. Ольфактивний всесвіт: аромати і відчуття в мистецтві, мові та дискурсі 44

Бондаренко Ю. Л. Асоціативна реакція як маркер реальності..... 54

Бурбело В. Б. Екзистенційний дискурс та його жанрові різновиди у франкомовному просторі 63

Бурмістенко Т. В. Лінгвокомунікативні особливості управлінського дискурсу 74

Василюк О. В. Лінгвопрагматичні особливості корпоративної культури..... 82

Венжега Ю. В. Образливі висловлювання як об'єкт криміналістичної лінгвістики (на матеріалі німецьких судових рішень) 95

Воловик О. П. Методи залучення споживачів до зворотного зв'язку за правилами віртуального корпоративного дискурсу компанії 104

Галицька Є. А. Парфумерно-косметичний неймінг: віддзеркалення соціальних чинників..... 113

Гейко Т. М., Федченко О. Д. Процес номінації у сучасній французькій мові та використання зареєстрованих назв торгових марок 123

Горган О. В. Лексико-стилістичні труднощі перекладу неологізмів у науково-фантастичних творах (на матеріалі О. Гакслі "Прекрасний новий світ") 131

Давидюк Т. Д. Хрононіми в українській і білоруській мовах: функціонування і проблеми взаємоперекладу 140

Дегтяренко М. О. Pr-стратегія у комунікативному просторі (на матеріалі англомовних текстів інтерв'ю з бізнесменами) 153

Дейкун О. П. Переклад гіперболи як ключового стилістичного прийому оригіналу (на матеріалі науково-фантастичного роману Е. Берджеса "Механічний апельсин")..... 161

Дем'яненко Н. Б. Фразеологічні одиниці у польському медіапросторі 166

Екшмідт В. Р. Персуазивні інтенції в політичній комунікації 173

Задоріжна Н. І. Роль просодії та паралінгвістичних засобів в аудіоказці (на матеріалі англійської, російської та української мов) 180

Зубань О. М. Електронні словники у корпусі української мови: параметри пошуку та систематизації мовних одиниць..... 190

Ісаєв С. С. Етнокультурний код китайських фразеологізмів-гастронімів (на прикладі фразеологізмів із компонентами-назвами продуктів харчування тваринного походження) 201

Кармадонова С. М. Функціонування паремій у пресі (на матеріалі української та іспанської періодики) 212

Кіреєва Т. М. Фоносемантичні особливості церковно-релігійного та літературно-художнього стилів російської мови 220

Клименко Л. В. Семантичний простір фланерства..... 226

Ковальов І. С. Оказіональні регіоналізми в сирійських ЗМІ 234

Козирєв Є. В. Особливості відтворення лексики з компонентом БЛАГ- у японських православних богослужбових текстах 241

Козирєва М. В. Тенденції використання галліцизмів у алжирському медіапросторі 249

Комарницька Т. К. Інтерферентні явища в мовленні української еміграції як свідчення зміни мовно-культурної ідентичності (порівняння мовленнєвої поведінки українців, які проживають у Японії та Ізраїлі) 257

Комісаров К. Ю. Синтаксичний рівень японської мови як індикатор світоглядних основ японського етносу 269

Кондратюк Н. В. Маніпулятивний потенціал тактик фальшивого узагальнення та "навішування ярликів" у контексті інформаційної війни 280

Коржик А. О. Концептосфера трапези у казках "Івасик-Телесик" та "Зла мати і сестра Середа" 291

Костенко І. Л. Особливості тексту Євангелія в перекладі Пилипа Морачевського 301

Котєньова І. Ю. Лексико-граматичні проблеми відтворення дитячого мовлення у перекладі (на матеріалі роману Гарпер Лі "Вбити пересмішника") 307

Кощій Ю. П., Нічаєнко І. І. Історія перекладу іспанських драматичних текстів українською мовою (від золотого віку до наших днів) 324

Кравченко Н. Г. Репрезентація емоційних станів у внутрішньому мовленні Дідеріха Геслінга в романі Генріха Манна "Вірнопідданий" 318

Крупко О. Художній концепт Душа в поетичному дискурсі Ліни Костенко 331

Кузьміна К. А. Огляд зарубіжних методик викладання перекладу 342

Кутузова Т. В. Лінгвокультурологічна характеристика емоційних концептів РАДІСТЬ, ПЕЧАЛЬ в лексикографічних джерелах 350

Левко О. В. Тактика дискредитації у релігійних текстах античності та сучасності(на матеріалі давньогрецької, українськоїта російської мов) 361

Лисенко К. В. Темпоральні та паузальні аспекти просодії емоційно насичених фрагментів публічного виступу в театральній радіопостановці (експериментально-фонетичне дослідження на матеріалі аудіо записів радіовистав) 369

Літяга В. В. Концепт LEPOUVOİR через призму міжнародних відносин (на матеріалі французьких змі) 379

Максименко О. В. Викладання усного перекладу в Україні: міжнародний і національний контексти 386

Маленька Т. Ф. Арабська й перська класична поезія в російських та українських перекладах XVIII – початку XX століття 392

Маленький Б. І. Стратегії зміни комунікативних ролей у німецькому аналітичному ток-шоу 400

Мурудж Фарід Маджід. Дискурс гніву в романі Ллойда Фернандо "Зелений колір" 409

Мармураш В. Р. Відтворення новітніх реалій українського суспільно-політичного дискурсу в англомовній публіцистиці 413

Марчишина А. А. Наукова публіцистика в матриці постмодернізму: лінгвістичний вимір 421

Масановець В. Ю. Іронія в поемі Джорджа Байрона "Дон Жуан" та особливості її відтворення в українських перекладах 429

Маслун А. О. Становлення системи агіонімів у сучасних українській і білоруській літературних мовах 437

Мельниченко О. Г. Переклад термінологічних одиниць правового дискурсу в європейському суді з прав людини 444

Міхіденко К. О. Особливості дослідження віртуального конфліктного дискурсу 457

Моргун Ю. Лінгвостилістичні характеристики інформаційного жанру Diemeldung (коротке повідомлення) у німецькій газеті 470

Мошнягул А. С. Семантичні особливості англійських юридичних термінів на позначення поняття Court 479

Музика М. В. Паремія як об'єкт мовознавства 489

CONTENTS

Adylova Z. T. The therminological lexics in the first Ukrainian chess trainingguides..... 7

Akimova A. O. Interpretation of the theme of loneliness in the midst of people in modern Chinese drama (on the example of the play "The dead visiting the living" (1985) by Liu Shugana) . 10

Andriievska E. N. Electronic dictionary le visuel: advantages and drawbacks 18

Arnaut F., Hunerli B. The language development trend of the gagauz of Ukraine 24

Afanasieva O. M. Modern approaches to media ritual studies in the linguistic-pragmatic interpretation 35

Belova A. The olfactive universe: scents and sensibility in arts, language and discourse 44

Bondarenko Y. L. Associative reaction as reality marker 54

Burbelo V. B. Existential discourse and its genre types in francophone space 63

Burmistenko T. Linguistic and communicative aspects of managerial discourse 74

Vasyliuk O.V. linguistic and pragmatic peculiarities of corporateculture 82

Venzheha Y. V. Statements with offensive content as an object of research of forensic linguistics (based on German court judgments) 95

Volovyk O. P. Methods of encouraging users to generate virtual corporate discourse of a company 104

Galitska E. A. Perfume and cosmetics naming: reflection of social factors 113

Geiko T. M., Fedchenko O. D. Nomination process in modern French and problems of using trademark names 123

Horhan O. Lexical and stylictic difficulties in translation of science fiction neologisms (based on Huxley's "Brave new world") 131

Davydiuk T. D. Chrononyms in the Ukrainian and the Belarusian languages: functioning and problems of translation 140

Degtiarenko M. O. PR-strategy in communicative space (based on English language texts of business interviews) 153

Deykun O. P. Translation of hyperbole as a key stylistic device of the original (based on the science fiction novel "A clockwork orange" by A. Burgess) 161

Demyanenko N. B. Phraseological units in the Polish media space 166

Ekshmidt V. R. Persuasive intentions in the political communication 173

Zadorizhna N. I. The role of prosody and paralinguistic means in audio fairy tale 180

Zuban O. M. Electronic dictionaries in the Ukrainian language corpus: parameters for the search and systematization of language units 190

Isayev S. S. Manifestation of the ethnocultural code in the chinese idioms with the components – names of the food of animal origin 2201

Karmadonova S. Functioning of proverbs in the press (based on Ukrainian and Spanish periodicals) 212

Kireieva T. M. Phonosemantic features of religious and literary style of the Russian language 220

Klymenko L. V. Flanerie's semantic space 226

Kovalev I. S. Occasional regionalisms in the Syrian media 234

Kozyriev Ye. V. Translation features of church slavonic vocabulary with the "blag-" component in Japanese orthodox liturgical texts 241

Kozyrieva M. Tendencies of the use of gallicisms in Algerian media space 249

Komarnytska T. The interference phenomena in the speech of ukrainian emigrants as the evidence of the language and culture identity's change (a comparison of the speech of ukrainians living in Japan and Israel)..... 257

Komisarov K. Syntactic level of the Japanese language as an indicator of ideological bases of the Japanese ethnicity..... 269

Kondratiuk N. V. The manipulative potential of faulty generalization and "labeling" tactics in the context of information warfare..... 280

Korzhyk A. O. Food concepts in fairy tales "Ivasik Telesyk" and "Evil mother and sister wednesday" 291

Kostenko I. L. Peculiarities of the gospel text in the translation of Pylyp Morachevsky..... 301

Kotienova I. Lexical and grammatical aspects in translating of children's language (based on the novel "To kill a mockingbird" by Harper Lee) 307

Koshchii I. P., Nichienko I. I. History of translation of Spanish dramatic texts into Ukrainian (from the golden age to the present) 318

Kravchenko N. Representation of emotional states in Diederich Hessling's inner speech in Heinrich Mann's novel "Loyalist"..... 324

Krupko O. The artistic concept of soul in L. Kostenko's poetry..... 331

Kuzmina K. A. Review of foreign methods of teaching translation 342

Kutuzova T. V. Linguo-cultural characteristics of emotional concepts joy and sorrow in lexicographical sources 350

Levko O. V. Dıscredıtıng tactıcs ın relıgıous texts of the ancıent tımes and the modern tımes (based on ancıent Greek, Ukraınıan and Russıan) 361

Lysenko K. V. Temporal and pausation aspects of prosody of emotionally rich fragments of public speech in theater radio performance (experimental phonetic research on the materials of radio performance recordings) 369

Litiaga V. V. The concept Le pouvoir through the lens of international relations (based on the French media) 379

Maksymenko O. V. Teaching interpreting in Ukraine: international and national contexts 386

Malenka T. Arabic and Persian classical poetry in Russian and Ukrainian translations of the 18th – the beginning of the 20th centuries 392

Malenkyi B. Turn-taking strategies in German analytical talk show 400

Murooj Fareed Majeed. Anger discourse in Llyod Fernando's novel "Green is the colour" 409

Marmurash V. R. Rendering of the latest Ukrainian realia of socail and political discourse in the English political journalism 413

Marchyshyna A. Scientific publicism in postmodern matrix: linguistic plane 421

Masanovets V. Y. Irony in Byron's "Don Juan" and specifics of its rendering in the Ukrainian translations 429

Maslun A. The formation of the system of hagionyms in modern literary Ukrainian and Belorussian languages 437

Melnychenko O. H. On translation of some terminological items of legal discource at the European court on human rights 444

Mihidenko K. O. Peculiarities of the research of virtual conflict discourse 457

Morgun J. Linguostylistic characteristics of die meldung (short report) as an information genre in the German press 470

Moshniahul A. S . Semantic peculiarities of the English law terms defining the concept of court 479

Muzyka M. V. Paremia as an object of linguistics 489

СОДЕРЖАНИЕ

Адылова З. Т. Терминологическая лексика в первых украинских учебниках по шахматной игре 7

Акимова А. А. Осмысление темы одиночества среди людей в новейшей китайской драматургии (на примере пьесы Лю Шугана "Визит мертвого к живым" (1985)) 10

Андриевская Э. Н. Электронный словарь LEVISUEL: преимущества и недостатки 18

Арнаут Т., Хюнерли Б. Тенденции языкового развития гагаузов Украины 24

Афанасьева О. Н. Современные подходы к изучению медиаритуала в лингвопрагматичесоком освещении 35

Белова А. Д. Ольфактивная вселенная: ароматы и ощущения в искусстве, языке и дискурсе 44

Бондаренко Ю. Л. Ассоциативная реакция как маркер реальности 54

Бурбело В.Б. Экзистенциальный дискурс и его жанровые разновидности во франкоязычном пространстве 63

Бурмистенко Т. В. Лингвокоммуникативные особенности управленческого дискурса 74

Василюк О. В. Лингвопрагматические особенности корпоративной культуры 82

Венжега Ю. В. Высказывания обидного содержания как объект криминалистической лингвистики (на материале немецких судебных решений) 95

Воловик О. П. Методы привлеченя потребителей к созданию віртуального корпоративного дискурса компании 104

Галицкая Е. А. Парфюмерно-косметический нейминг: отражение социальных факторов 113

Гейко Т. М., Федченко Е. Д. Процесс номинации в современном французском языке и употребление зарегистрированных названий торговых марок 123

Горган А. В. Лексико-стилистические трудности перевода неологизмов в научно-фантастических произведениях (на материале О. Хаксли "Дивный новый мир") 131

Давидюк Т. Д. Хрононимы в украинском и белорусском языках: функционирование и проблемы перевода..... 140

ДегтяренкоМ. А. PR-стратегия в коммуникативном пространстве (на материале англоязычных текстов интервью с бизнесменами) 153

Дейкун А. П. Перевод гиперболы как ключевого стилистического приема оригинала (на материале научно-фантастического романа Э. Берджесса "Заводной апельсин")..... 161

Демьяненко Н. Б. Фразеологические единицы в польском медиапространстве 166

Экшмидт В. Р. Персуазивные интенции в политической коммуникации 173

Задорижная Н. И. Роль просодии и паралингвистических средств в аудиосказке (на материале английского, русского и украинского языков) 180

Зубань О. М. Электронные словари в корпусе украинского языка: параметры поиска и систематизации языковых единиц 190

Исаев С. С. Этнокультурный код китайских фразеологизмов-гастронимов (на примере фразеологизмов с компонентами-названиями продуктов питания животного происхождения) 201

Кармадонова С. Функционирование паремий в прессе (на материале украинской и испанской периодики) 212

Киреева Т. М. Фоносемантические особенности церковно-религиозного и литературно-художественного стилей русского языка 220

Клименко Л. В. Семантическое пространство фланерства 226

Ковалев И. С. Окказиональные регионализмы в сирийских СМИ 234

Козырев Е. В. Особенности отражения лексики с компонентом БЛАГ- в японских православных богослужебных текстах 241

Козырева М. В. Тенденции использования галлицизмов в алжирском медиапространстве..... 249

Комарницкая Т. К. Интерферентные явления в речи украинской эмиграции как свидетельство изменения языково-культурной идентичности (сравнение речевого поведения украинцев, проживающих в Японии и Израиле) 257

Комиссаров К. Ю. Синтаксический уровень японского языка как индикатор основ мировоззрения японского этноса 269

Кондратюк Н. В. Манипулятивный потенциал тактик ложного обобщения и "навешивания ярлыков" в контексте информационной войны 280

Коржик А. О. Концептосфера трапезы в сказках "Ивасик-Телесик" и "Злая мать и сестра Среда" 291

Костенко И. Л. Особенности текста Евангелия в переводе Филлиппа Морачевского 301

Котенова И. Лексико-грамматические проблемы передачи детской речи в переводе (на материале романа Харпер Ли "Убить пересмешника")..... 307

Кощий Ю. П. История перевода испанских драматических текстов на украинский язык (от золотого века до настоящего времени) 318

Кравченко Н. Г. Репрезентация эмоциональных состояний во внутренней речи Дидериха Геслинга в романе Генриха Манна "Верноподданный" 324

Крупко О. Художественный концепт "Душа" в поэтическом дискурсе Лины Костенко 331

Кузьмина К. А. Обзор иностранных методик преподавания перевода 342

Кутузова Т. В. Лингвокультурологическая характеристика эмоциональных концептов РАДОСТЬ, ПЕЧАЛЬ в лексикографических источниках 350

Левко А. В. Тактика дискредитации в религиозных текстах античности и современности (на материале древнегреческого, украинского и русского языков) 361

Лысенко Е. В. Темпоральные и пазуальные аспекты просодии эмоционально насыщенных фрагментов публичного выступления в театральной радиопостановке (экспериментально-фонетическое исследование на материале аудиозаписей радиоспектаклей) 369

Литяга В. В. Концепт LEPOUVOIR сквозь призму международных отношений (на материале французских СМИ) 379

Максименко Е. В. Преподавание устного перевода в Украине: международный и национальный контексты 386

Маленькая Т. Ф. Арабская и персидская классическая поэзия в российских и украинских переводах XVIII – начала XX века 392

Маленький Б. И. Стратегии перемены коммуникативных ролей в немецком аналитическом ток-шоу 400

Мурудж Фарид Маджид. Дискурс гнева в романе Ллойда Фернандо "Зеленый цвет" 409

Мармураш В. Р. Перевод новых реалий украинского общественно-политического дискурса в англоязычной публицистике 413

Марчишина А. А. Научная публицистика в матрице постмодернизма: лингвистическое измерение 421

Масановец В. Ю. Ирония в поэме Джорджа Байрона "Дон Жуан" и особенности ее воссоздания в украинских переводах 426

Маслун А. О. Становление системы агионимов в современных украинском и белорусском языках..... 437

Мельниченко А. Г. О переводе некоторых терминологических единиц правового дискурса в Европейском суде по правам человека..... 444

Михиденко К. О. Особенности исследования виртуального конфликтного дискурса 457

Моргун Ю. Лингвостилистические характеристики информационного жанра DIEMELDUNG (сообщение) в немецкой газете 470

Мошнягул А. С. Семантические особенности английских юридических терминов на обозначение понятия COURT..... 479

Музыка М. В. Паремия как объект языкознания 489

Наукове видання

МОВНІ І КОНЦЕПТУАЛЬНІ КАРТИНИ СВІТУ

Випуск 56

Частина 1

Відповідальні за випуск: Г. А. Александрова, Г. А. Черненко,
Л. В. Клименко, В. М. Підвойний, Ю. О. Соколова

Оригінал-макет виготовлено ВПЦ "Київський університет"

Формат 60x84$^{1/16}$. Ум. друк. арк. 29,76. Наклад 100. Зам. № 217-8460
Гарнітура Times New Roman. Папір офсетний. Друк офсетний. Вид. Іф9.
Підписано до друку 20.04.17

Видавець і виготовлювач
ВПЦ "Київський університет",
б-р Т. Шевченка, 14, м. Київ, 01601
☎ (044) 239 32 22; (044) 239 31 72; тел./факс (044) 239 31 28
e-mail: vpc@univ.kiev.ua
http: vpc.univ.kiev.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 1103 від 31.10.